

1	2	3	4	5	6	7	8	9
ا	ي	ج	و	ل	و	ن	ك	ت



تكنولوجيا الاتصال والثقافة

(بين النظرية والتطبيق)

د. عبدالفتاح عبدالنبي



1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

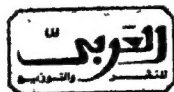
تكنولوجيا الاتصال والثقافة

بين النظرية والتطبيق

مكتوب

عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي

٠١٠٩٢



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة

مما لا شك فيه ، أننا نعيش عصر الاتصال ، وهذا العصر يتميز بتطور هائل في التكنولوجيا وبتفجر المعلومات وتدفقها بصورة لم يالها أو يكن يحلم بها الجنس البشرى من قبل . فالثورة الاتصالية التي يشهدها عالم اليوم تنطوى على مكائيات غير محددة لتعاظم وتوالد المعرفة والمعلومات والاسراع في نشرها وتداولها ، وفي طرح تأثيراتها الثقافية في صورة ملحة . وقد لا يجد الفرد في المجتمع مهربا أو ملاذا ليحمي ذاته في وجه تلك التغيرات المتتالية والمتعاطفة ، ومن الصعوبة بمكان تصور انسان حقبة التسعينيات يعيش في عالم اليوم دون ان يتأثر بدرجة او بأخرى بتقنيات الاتصال الحديثة .

ومع هذه الثورة الاتصالية ، والتي قازيت ذروتها مؤخرا من خلال البث التلفزيوني المباشر والوشيك عبر الأقمار الصناعية وتزايد المخالوفا من التأثيرات الثقافية لهذا التطور التكنولوجي على المجتمعات المحلية ، أعيد طرح قضية العلاقة بين الاتصال والثقافة ، وتزايد الاهتمام بهذه القضية مؤخرا ، سواء على صفحات الصحف والمجلات المتخصصة ، أو من خلال الندوات والاجتماعات العلمية ، التي عقدت لمناقشة قضايا التنمية الثقافية ، والغزو الثقافي وحماية الذاتية الثقافية ازاء التهديدات التي تخلفها تقنيات الاتصال الحديثة .

يبد أن المتابع لمسير المناقشات في هذا الجانب وللآراء والانكار التي طرحت خلالها ، يلاحظ غلبة الاحكام الانطباعية والذاتية الشديدة في عرض ومناقشة هذا الموضوع وتحليل العلاقة بين الاتصال والثقافة ، وتفاوت الآراء في هذا المجال بين النهوين الشديد من تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية ، والتحويل المفرط من تأثير هذه التكنولوجيا ، بين من يرى في البث المباشر مثلا اثراء للثقافة المحلية ، وأن هذه الثقافة يحكم

ميراثها التاريخي والحضارى قادرة على استيعاب وتطوير كل ما هو واعد
أو غريب ، وبين من يرى عكس ذلك ، ويؤكد مخاطر هذا البث على الثقافة
المحلية ، وتدمير جهود التنمية . وبين هذا وذاك تغيب الموضوعية والرؤية
المعلمية ، التى تستند على البيانات والملاحظات الواقعية .

لذلك رأينا ، أن يأتى إسهامنا فى المناقشات الدائرة فى هذا المجال من
خلال دراسة ميدانية تسعى من خلالها للحصول على بيانات واقعية تساعد
على فهم أفضل لأبعاد العلاقة بين الاتصال والثقافة والوقوف على حقيقة
التأثيرات الثقافية التى ترتبت حتى الآن على دخول وانتشار تكنولوجيا
الانتمسال الجديدة فى المناطق الحطية وبالأذات فى القرية المصرية ، محل
اهتمامنا العلمى ، والتى شهدت فى السنوات الأخيرة تفسيرات اجتماعية
وثقافية واضحة من المفيد أن نقف على إسهام تقنيات الاتصال فيها .

لقد انتشرت تكنولوجيا الانتمسال الحديثة فى مجتمع القرية ، وأصبح
لا يكاد يخلو بيت واحد من بيوت القرويين من وسيلة اتصالية أو أكثر ،
حيث توجد وبكثافة ملحوظة أجهزة الراديو والتليفزيون والجرائد والمجلات
والنبيديو وأجهزة التسجيل ومكبرات الصوت والتليفون . وأصبح السؤال
يطرح وبالحصاح عن الطريقة التى يتعامل بها القرويون مع أجهزة الاتصال
الحديثة . وحقيقة التأثيرات الثقافية التى أحدثتها هذه الأجهزة فى مجتمع
القرية وتأثير ثقافة القرويين ذاتها على عمليات هذه الأجهزة وطريقة
استخدامهم لها ، وهى تساؤلات مهمة فى إطار ما هو مطروح حالياً من
تضاييا على المساحة الثقافية والإعلامية .

وقد كان من المفيد قبل أن نبدا عملنا الميدانى مناقشة وتوضيح بعض
الجوانب النظرية المرتبطة بموضوع الاتصال والثقافة حيث عرضنا للمهوم
الاتصال وأنماطه وعملياته وللمحاولات المختلفة التى بذلت لفهم ودراسة
هذه العمليات من خلال فكرة النموذج ، مع تقديم رؤية نقدية لهذه المحاولات ،
والاجتهاد فى تقديم رؤية نظرية بديلة تلخذ فى اعتبارها أوضاع وظروف الواقع
المحلى . واعتمس البحث بعد ذلك بمناقشة مفهوم تكنولوجيا الاتصال ولطريقة
توليد، هذه التكنولوجيا فى المجتمعات النامية . وعرض للمداخل النظرية المختلفة

لدراسة وفهم تأثيرات هذه التكنولوجيا على أرض الواقع ، ولأوجه القوة والضعف في كل مدخل وانتهت المناقشة في هذا الجانب الى بلورة واضحة للحددات الفاعلة في تأثير تكنولوجيا الاتصال في المجتمعات المحلية .

وانتقل البحث بعد ذلك ، لمناقشة مفهوم الثقافة والعلاقة بين هذا المفهوم ، ومفهوم الاتصال ، ودور الأخير في مجال الترويج الثقافي ، وجرى تبسيط المصوء هنا على قضية البث المباشر ، وللناتجرات المحتملة للثقافات النافذة عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وقد ساهم كل ذلك ، في تعميق الرؤية النظرية للبحث ودعم قدرته على على بلورة الاطار النظري الذي جرى على مسوءه تحديد أهداف البحث وصياغة تساؤلاته ، وتصميم أدوات المنهجية بصورة أفضل ، والتي انعكست فيها خلص اليه العمل الراهن من نتائج ميدانية مهمة ، نأمل أن تكون مفيدة للمهتمين بقضايا الاتصال والثقافة في مصر والعالم العربي .

عبد الفتاح عبد النبي

في ١٧/٥/١٩٩٠

الفصل الأول .

الاتصال (المفهوم والعملية)

الفصل الأول

الاتصال (المفهوم والعملية)

إذا كان العمل الراهن ينهض لبحث العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والثقافة ، فإن بحث هذه العلاقة وفهم أبعادها وجوانبها المختلفة ، يستوجب التعرض لبعض التساؤلات التي تثار بداية حول ماهية الاتصال الذي نقصده ، وطبيعة عملية الاتصال وانماطها ومهمة هذا الفصل هي مناقشة هذه الجوانب ومحاولة بلورة رؤية واضحة حولها تكون منطلقا لفهم عمليات الاتصال ومناقشة الآثار المترتبة عليها على الثقافة المحلية وهو الهدف الاساسي من وراء هذا العمل .

١ - مفهوم الاتصال :

أصبح مفهوم الاتصال من المفاهيم المحورية في تراث العلوم الانسانية ومناقشتها حيث ظهرت في العقود الأخيرة العديد من الكتابات المتخصصة في الاتصال أو متضمنة له في ثناياها . بيد أن المتتبع لهذه الكتابات ، يلاحظ أن المصطلح يأخذ معاني متباينة لدى أصحاب التخصصات المختلفة . كما أن استخدامه يتراوح بين التضييق الشديد أحيانا والتوسع الشديد : ففي حين يقصر البعض استخدام الاتصال على مجال النشاط الانساني يمتد هذا الاستخدام لدى البعض الآخر ليشمل دراسة جميع أشكال النشاط بما فيها الاتصال بين الحيوانات بل وحتى أحيانا الآلات (١) .

ويتناول الباحثون في مجال علم النفس الاتصال باعتباره نسقا جماعيا يؤثر بطريقة أو بأخرى في العلاقات المتبادلة بين أعضاء الجماعة وآرائهم واتجاهاتهم ، فنجد باحثا مثل « وارن » (Warren) يعرف الاتصال بأنه : « نقل انطباع أو تأثير من منطقة إلى أخرى دون النقل الفعلي لمادة ما أو أنه يشير إلى نقل انطباعات من البيئة إلى الكائن وبالعكس أو بين فرد وآخر » (٢) .

(١) إبراهيم أمام ، الإعلام والاتصال بالجماهيم ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨١ ، ص ٣٧٦ .
(٢) انظر :

Wibur Schramm, *Men, Messages and Media*,
New York, Harpers & Row Publishers, 1973, P. 3.

وونفا لهذا الفهم ، فان أى تغيرات تحدث داخل الكائن الحى نتيجة لمؤثر ما سواء كان داخليا أو خارجيا، فإنه يعنى أن ثمة اتصال قد وقع .

وينظر علماء الاجتماع ، الى الاتصال باعتباره ظاهرة اجتماعية وقوة رابطة (binding force) لها دورها فى تماسك المجتمع وبناء العلاقات الاجتماعية . وهنا يؤكد (شرام) : « أن المجتمع الانسانى يقوم على مجموعة من انملاقات قوامها الاتصال ، وأن ما يجمع الأفراد ليس قوى غيبية أو سحر أو قوى مطلقة وإنما هى علاقات الاتصال(١) . التى هى ضرورة من ضرورات الحياة الاجتماعية ذاتها ، وفى هذا الاطار يعرف « أحمد أبو زيد » الاتصال بأنه : « العملية التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم هذا المجتمع وطبيعة تكوينه وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم »(٢) . وهو ذات الفهم الذى يقدمه « محمود عوده » الذى عرف الاتصال بأنه : « العملية أو الطريقة التى تنتقل بها الإنكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعى معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه »(٣) . بمعنى أن هذا النسق الاجتماعى قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلى أو مجتمع قومى أو حتى مجتمع انساقى .

ويعرف الاتصال فى التربية — كما يرى « جون ديوى » بأنه نمطية مشاركة فى الخبرة بين شخصين أو أكثر حتى تتم هذه الخبرة وتصبح مشاعا بينهم يترتب عليه حتما إعادة تشكيل وتعديل المفاهيم والتصورات السابقة لكل طرف من الأطراف المشتركة فى هذه العملية(٤) . وهنا نجد «ديوى» يؤكد على معنيين فى فهمه لماهية الاتصال هما :

١ — الخبرة .

٢ — المشاركة فى الحصول على الخبرة .

Wihur Schramm, *Ibid*, P. 5.

(١) انظر فى ذلك :

(٢) انظر فى ذلك :

أحمد أبو زيد ، « الاتصال ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ٥ .

(٣) انظر فى ذلك :

محمود عوده ، « أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، القاهرة ، مكتبة سعيد رافت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ ص ٥ .

(٤) انظر فى ذلك :

John Dewey, *Democracy and Education, An introduction to the philosophy of Education*, The Macmillan Company, N.Y., 1959, P. 31.

فعلمية التدريس ليست مجرد النقاء مدرس بطلبته وتقديمه لبعض المعلومات ولكنهما لقاء خبرتين حول موضوع المدرس خبرة المدرس التي اكتسبها بعد أن مر بمواقف متعددة اكتسبته خبرة غنية متكاملة حول الموضوع الذي يقوم بتدريسه ، وخبرة التلميذ التي إما أنها معدومة أو جزئية ولكنهما في أغلب الأحيان لا تساوى خبرة المدرس . ومن الضروري على المدرس أن يهيء للتلميذ الفرصة لكي ينمى مجال خبرته حتى تشبه خبرته أو تقترب منها وهنسا يتحقق الاتصال ويتم التفاعل بينهما(١) .

هذا المعنى الذى يقدمه « ديوى » للاتصال فى مجال التربية يطرحه ايضا « كيرت ليفن » وان كان بصورة تبدو مختلفة ، حيث يرى « ليفن » أن الاتصال هو العملية التى يمكن بواسطتها نقل التغير الذى يحدث فى احدى منطقتى المجال السلوكى الى منطقة اخرى ، ويتقال عن اى منطقتين فى المجال انهما متواصلتان اذا كان التغير فى حالة احدهما يترتب عليه حدوث تغير فى حالة اخرى(٢) .

وفى علم السياسة ، اصبح مصطلح الاتصال يتردد كثيرا فى كتابات الباحثين فى هذا العلم ، باعتباره موهبا محوريا لا يقتصر فهمه فقط على أساس أنه مجرد وظيفة للنظم السياسية ، او نظاما يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم السياسية والثقافية والاجتماعية ، وانهما ايضا يعتبر أن الاتصال هو المسادة التى تتكون منها العلاقات الانسانية وهنسا تصبح دراسة الاتصال ذات مغزى كبير فى اطار العملية السياسية على اختلاف مجالاتها(٣) .

وفى مجال الاعلام ، تزايدت فى العقود الاخيرة غزارة استخدام الباحثين فى كتاباتهم لمصطلح الاتصال ، وعادة ما يظهر المصطلح فى الكثير من هذه الكتابات مقرونا بكلمة اخرى من قبيل : الاتصال الاعلامى ، الاتصال المباشر ، الاتصال بالاجاهير ، الحق فى الاتصال ، ديمقراطية الاتصال ، وسائل الاتصال ، علم الاتصال ... الخ ، وطرحت فى هذا الصدد مجموعة من

(١) حسين حمدي الطويجى ، التكنولوجيا والتربية ، الكويت دار القيم ، ١٩٨٨ ص ٣١ .

(٢) زيدان عبد الباقى ، وسائل واساليب الاتصال ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، ١٩٧٩ ص ٣١ .

(٣) عبد الغفار رشاد ، دراسات فى الاتصال ، القاهرة ، مكتبة نهضة المشرق ، ١٩٨٤ ص ٤ .

التعريفات المتباينة للاتصال لا بأس من التعرض لبعضها لفهم توجهاتها وهذلولاتها ومصدر التناقض فيها :

— **الاتصال** : هو بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الساس يختلفون فيمسابينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون في مناطق متفرقة (١) .

— **الاتصال** : هو النشاط الذى يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو التشيوع أو الملوغية لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الافكار أو الاراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة الى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين (٢) .

— **الاتصال** : هو العملية التى يتفاعل بهتتضاها مقلقى ومرسل الرسالة فى مخصامين اجتماعية معينة ، وفى هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين (٣) .

— **الاتصال البشرى** : هو علاقة متبادلة بين المرسل والمستقبل وأن كلا منهما يقوم بعمل المرسل والمستقبل فى آن واحد ، وذلك بالنسبة لنفسه وبالنسبة للآخر (٤) .

وواضح من مثل هذه التعريفات وغيرها درجة التباين فى تحديد اساتذة وخبراء الاعلام لمساهية الاتصال ، ويعود هذا التباين — فى تقديرنا — الى عدم وجود أرضية مشتركة ينطلق منها الباحثون فى هذا المجال لتحديد مدلول الكلمة ، ويمكن هنا أن نرصد عاملين :

الأول : لا يوجد ثمة اتفاق مسبق عند تعريف الاتصال على حجم نسق الاتصال المعنى بالتعريف ، ويؤدى ذلك كما هو واضح من التعريفات السابقة

(١) ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجماهيم ، مرجع سابق ، ص ٢٧ .

(٢) سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهيم والرأى العام ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٨٤ ص ٢١ .

(٣) جيهان شتى ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ص ٥٣ .

(٤) انشراح الشمال ، مدخل فى علم الاجتماع الاعلامى ، القاهرة ، مكتبة النهضة الشرق ، ١٩٨٥ ص ٧٣ .

الى من يفهم الاتصال باعتباره اتصال بالجمهور الصغير ، ومن ثم فهو لديه بث رسائل الى هذه الجماهير ، او تحقيق المذيع والعومية لفكرة ما بين قطاعات الجماهير المختلفة او من يفهم الاتصال على انه لقاء أو تعامل بين شخصين وبالتالي فهو عملية تعامل بين مرسل ومتلقي أو تبادل للمعلومات بينهما في آن واحد .

والثاني : يوجد خلط وعدم تمييز عادة بين العملية التي يتم من خلالها الوصول الى الطرف الآخر وإبلاغه بمضامين معينة وبين فاعلية النشاط الاتصالي ومدى التجاوب مع عملية الإبلاغ ، أي خلط بين مفهوم الاعلام ومفهوم الاتصال . ومن المؤكد أن الحالة الأولى هي « اعلام » ، حيث تيسر المادة الاتصالية هنا في اتجاه واحد . وأن المسألة الثانية هي « اتصال » حيث يتحقق التفاعل والتجاوب بين المرسل والمتلقي في ذات الوقت .

فاذا ما فهم الأمر على أنه تجاوب وتفاعل ومشاركة بين طرفين وليس مجرد إبلاغ من طرف لطرف آخر ، فإنه يمكن فهم الاتصال على أنه :

« العملية المستمرة التي يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أفراد المجتمع وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم . وعندنا تأخذ هذه العملية طابعا جماهيريا والذي يتم من خلال وسائل تطورت لهذا الغرض ، فإن الاتصال في هذه الحالة يفهم على أنه النشاط الذي من خلاله يتم نقل مضامين اعلامية أو خيالية الى جمهور معين يراد توصيلها اليه وبالموسيلة التي تكفل تحقيق أفضل تأثير ممكن » .

وبتضمن هذا الفهم لماهية الاتصال عدة ملاحظات عن طبيعة الاتصال من المفيد إبرازها هنا وهي :

١ - أن الاتصال إما كان حجه وشكله ، فانه عملية ، ومعروف أن العملية سفة تطلق على أية ظاهرة تتغير بشكل مستمر ومتواصل خلال فترة من الزمن (١) . وهذه السبة للاتصال محل اتفاق بين الباحثين باعتبار أن الاتصال عملية أساسية في حياة المجتمع وأن لها عناصرها المتعددة والمتغيرة التي تتفاعل معا لتحديد كفاءة ومصير العملية الاتصالية ، ويعنى فهم الاتصال كعملية ، أن لهذه العملية سمات انسانية أساسية ، فهي مستمرة لا تتوقف أو تتجمد عند نقطة معينة ، وانها على درجة عالية من المرونة والديناميكية ، وانها قد تدور حول حلقة أو واقعة معينة ، ومع ذلك لا تحددها ولا تقيد حودها اللهم الا التصورات وإدراكات الأطراف المشاركة في العملية

(١) أحمد أبو زيد ، الاتصال ، مرجع سابق ص ٥ .

رائه متى بدأت هذه العملية فانه لا يمكن القيام بها مرة أخرى أو اعاتتها على نفس النحو لأنه لا توجد بداية واضحة محددة أو نهاية حاسمة لهذه العملية (١) .

٢ - ان التفاعل المتبادل بين طرفي الاتصال عنصر مهم لتمييز الاتصال حيث يشير التفاعل هنا الى أننا لسنا ازاء عملية نقل من جانب واحد وإنما ازاء تبادل مشترك للمؤثرات المتوالية أو توجه متلازم لكل شخص متواصل نحو الأشخاص الآخرين ونحو موضوع تفاعلهم الاتصالي (٢) .

٣ - أن هناك فرق بين عملية الاتصال كعملية دينامية ومتغيرة وبين بسادة الاتصال ، فمادة الاتصال تختلف وتتباين من حيث الموضوع ومن حيث الهدف ، كما ان النشاط الاتصالي لا علاقة له بتوصيل المعنى ، لأن المعنى لا يتم نقلها أو توصيلها وإنما الرسائل هي التي يتم نقلها وتبادلها بين اطراف الاتصال وتأخذ عدة أشكال أو تمر في عدة قنويات لذلك كالمصور أو الموجات الصوتية أو المرئية أو اللغة المكتوبة أو المسموعة وليس في هذه الرسائل معنى في حد ذاتها ، ولكن المعنى والدلالة لهذه الرسائل تحدث عند مستقبل الرسالة ، فهو الذي يفك رموزها وهو الذي يكون لهذه الرسالة معنى ، وهو الذي يعطى للإلفاظ دلالتها (٣) .

٤ - أن اللغة عنصر فاعل في تحقيق الاتصال ، بل هي أداة الاتصال الرئيسية ، فهي المرآة التي تعكس الفكر ، وتحدد نطاق تفكير الفرد وقدرته على وضع الرموز وفكها ، ولذلك يعرف البعض اللغة بأنها وسيلة التعبير عن الأفكار وتوصيلها أو تبادلها (٤) فالكلمات ليست إلا رموزاً تدل على أشياء معينة وبذلك فهي تختلف عن مجرد الأصوات التي تصدر بغير قصد ولا تحمل في بعض الأحيان على الأقل معنى محدداً ، ويقدر ما يملك الإنسان ناصية اللغة يكون في امكانه خلق الاتصال وتوصيل ما يدور في ذهنه من أفكار وآراء أو ما يريد نقله من معلومات للآخرين .

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات في الاتصال ، مرجع سابق ، ص ٤٨ .

(٢) طلعت منصور ، سيكولوجية الاتصال ، عالم الفكر ، المجلد

الحادي عشر ، العدد الثاني ، سبتمبر ١٩٨٠ ص ١٠٧ .

(٣) انظر في ذلك :

David K. Berlo, *The Process of Communication : an introduction to Theory and Practice*, Holt, Rinehart and Winston, N.Y, 1960.

(٤) أحمد أبو زيد ، الاتصال ، مرجع سابق ص ٧ .

ومعروف أن الفرد يكتسب لفته خلال عملية التنشئة الاجتماعية من البيئة التي يعيش فيها ، وأن عوامل اجتماعية واقتصادية وساللية عديدة تتداخل أثناء هذه العملية لتؤدي الى تساوت أفراد المجتمع في أدراكهم اللغة وما تحمله من معاني ورموز ، ويقترب تقارب الحصلة اللغوية ودلالاتها لدى طرفي الاتصال وتوجد مجال الخبرة المشتركة بينهما ، مساعد ذلك على انصاف عملية الاتصال في سهولة ويسر ، والعكس يصبح صحيحا أيضا في هذه الحالة ، فمعرفة المواطن العربي اللغة الألمانية مثلا تفقد شرطها ضروريا لانصاف عملية الاتصال بينه وبين المواطن الألماني .

ونتيجة للدور البالغ الذي تلعبه اللغة في عملية الاتصال وتحديد مصيرها ، فإن الرقابة التي عادة ما تفرض على أساليب وفنونات الاتصال في المجتمعات المختلفة كثيرا ، ما يند لتشميل أيضا اللغة المستخدمة في الحديث وتوصيل مادة الاتصال باستخدام الاتصال لغة معينة بطريقة معينة ، بل وانتقاء كلمات واللفاظ ومصطلحات معينة بالذات من تلك اللغة لاستخدامها في مواقف معينة ، تساعد مساعدا فعالة إما في الإبقاء على الأوضاع والقيم السائدة في المجتمع أو على ادخال قيم وأفكار جديدة يراد لها ان تزداد وتنتشر بين أفراد المجتمع ، وهذا من شأنه التأثير سلبا أو ايجابا على التفاهل والتضامن والتكافل في المجتمع . وهذا ما دعا الباحثين والكتاب الى تأكيد ضرورة توفير جدية التعبير من الفكر وجدية ابداء الرأي خلال عمليات الاتصال .

٥ - عند مستوى العمل الجماهيري واستخدام الوسائل التكنولوجية كوسيط لنقل المادة الاتصالية يقترب مفهوم الاتصال من مفهوم الاعلام فالاتصال الجماهيري - على عكس بعض التعريفات السابق عرضها أننا - لا معنى في جميع الاحوال اتصال بمعنى التفاعل والتجاوب والمشاركة في المعنى وانما قد يأخذ طابع الاعلام بمعنى النقل والتوصيل أو الإبلاغ دون شرط التفاعل أو التجاوب فالوسائل تنحو نحو اختيار جماهيرها ، كما ان الجماهير تحتر من بين الوسائل (١) . فضلا على ان الاستجابة والتجاوب لدى المتعرضين أو الملقين من أفراد الجمهور قد تكون محدودة أو غير واردة في احيان كثيرة بما معنى الاتصال لم يكتمل أو يتحقق وأنه اقتصر على مجرد الاعلام أو الإبلاغ .

(١) وليام ل. ريفز ، وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم ايام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ص ٤١ .

٦ - ان القدرة على الاتصال عنصر مهم لفهم الاتصال وضمان تحقيقه وتمييزه عن الاعلام ، ذلك ان التجاوب والتفاعل والمشاركة في المعنى الذي يتميز الاتصال ، يتطلب توافر قدرات متشابهة او حتى متقاربة بين طرفي الموقف الاتصالي المرسل والمتلقى سواء كان ذلك على مستوى الاتصال بين شخصين او الاتصال الجماهيري وتدخل هنا اللغة والخبرة ، والمركز الاجتماعي والثقافة والامكانيات المادية ... الخ كمفترات فاعلة في تحديد هذه القدرة ، فاذا تحدثت هذه القدرة لدى أحد الأطراف (المتلقى مثلا) وهذا امر وارد ومألوف في الحياة العملية ، وبالذات في المجتمعات المتخلفة ، انتهى الاتصال ، وأصبحت العملية اقرب الى النشاط الاعلامي منه الى الاتصال وهذا ، على ما يبدو ، هو أحد الأسباب التي تكن وراء التمسك الشديد في المجتمعات النامية بمفهوم الاعلام وتفضيل استخدامه على مفهوم الاتصال ، حيث تتفاوت قدرات الافراد على الاتصال ، وحيث يتم السيطرة على النشاط الاتصالي — كما هو الحال في الاعلام ، وتوجيهه وجهة معينة .

٧ - ان الاتصال عملية معقدة لها عناصرها المتعددة والمتداخلة ، أبرزها على سبيل التبسيط ، المصدر ، أي الشخص أو الجماعة التي تبادر بإرسال الرسالة ويطلق على مثل هذا الشخص أو تلك الجماعة مفهوم المرسل أو الفصل ويتولى هذا المصدر مهمة وضع الكود أو ترميز الرسالة . ويحتوي الرسالة أو رموزها ، والأداة أي الوسيط المستخدم في عملية نقل الرسالة ، والمتلقي أو مستقبل الرسالة الذي يتولى مهمة فك الكود وتفسير رموز الرسالة وأخيرا الاستجابة التي يعكسها المتلقي بعد الانتهاء من مهمته ويضاف الى هذه العناصر الرئيسية متغيرات أخرى عديدة يسعى الباحثون الى وصفها وتحديدها ، سوف نناقشها فيما بعد ، ولكن ما يهمنا هنا هو الإشارة الى اننا لا يمكن أن نفهم جقيا واحدا من هذه العناصر بمعزل عن العناصر الأخرى . كما أن التغير في أحد هذه العناصر ، قد يؤدي إلى تعديل في الاتصال ككل ، وكما يرى « كولان ومارش » فإن الاتصال قد ينهار أو يصبح عديم الفاعلية عند أي عنصر من هذه العناصر . وبين ثم فإن مهما أفضل للاتصال انها يكون وليدا للاهتمام بكل عنصر من العناصر المكونة للاتصال^(١) .

(١) انظر في ذلك :

Sereno, K., Nortensen, C., *Foundation of Communication Theory*, N.Y. Harper & Row Pub., 1970, P. 5.

ثانيا : أبعاد الاتصال وعملياته :

تتعدد قنوات واتواع الاتصال وفقا للمعيار المستخدم في هذا المجال ، وعادة ما يصنف الباحثون في المجال الاعلامي الاتصال وفقا لمعيار مركب من عنصرين : حجم الاتصال واداة الاتصال . ووفقا لهذا المعيار يوجد :

(١) **الاتصال الذاتي** : بمعنى ان المرسل والمتلقي شخص واحد ويتم الاتصال داخل الفرد ذاته ، ويحدث عندها يتحدث الفرد مع نفسه كما هو الحال حين يقلب الفرد في ذهنه افكاره وآرائه الخاصة او حين يدرس ذاته ويضمها موضع التحليل والنقد والحاسبة والمواخذه . وهذا النوع من الاتصال يحظى باهتمام الباحثين وبالذات في مجال علم النفس ، حيث يدور الاهتمام هنا حول دراسة عمليات الادراك واكتساب المعاني وتفسيرها والعوامل المؤثرة في ذلك الخ (١) .

(ب) **الاتصال الشخصي** : وهو الاتصال الذي يتم بين فردين بصورة مباشرة دون وسيط ، ويهارس الفرد هذا النوع من الاتصال في مجرى الحياة اليومية مع الآخرين من اهله واصفقاؤه وزملائه حينما يتبادل التحية مع احدهم او يتناقش مع آخر في امر من امور الحياة الخ . ويطلق البعض على هذا النوع من الاتصال الاتصال الطبيعي او العفادي بين الافراد (٢) . ويبرز في ذلك عن الاتصال الشخصي الرسمي الذي يتولى خلاله احد الافراد الرسميين او مندوبوا التغيير الاتصال بالافراد المحليين بغية اقناعهم ببنى فكرة او سلوكا معينيا ترغبه السلطات الحكومية . وتكمن أهمية هذا التمييز فيما تشير اليه الابحاث الميدانية بان الاتصال

(١) للوقوف على مرض مفصل لبعض النماذج النظرية التي سمعت لنهم هذا النوع من الاتصال انظر :

جيهان رشتي ، الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ص ٩٢ - ١١٩ .

(٢) صلاح عبد النمل ، التنمية الثقافية بين اتصال المشاركة والاعلام الجماهيري ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية الجتائية ، مايو ١٩٨٣ ص ١٤ .

الشخصى الطبيعى أو المادى بين الأفراد أكثر تأثيراً من الاتصال
بالشخصى الرسمى (١) .

(ج) **الاتصال القبحى** : وهو الاتصال الذى يتم بين شخص واحد
وبين جماعة محددة من الأفراد يجتمعهم مكان واحد أو تربطهم علاقة
واحدة أو موضوع واحد كما هو الحال فى الالتقاء مع طلبة مدرسة
واحدة . أو انشاء محاضرة أو ندوة (٢) وفى هذا النوع من
الاتصال مثلها هو الحال فى الاتصال الشخصى لتحقيق المواجهة
بين الطرفين المرسل والملقى دون وسيط تكنولوجى .

(د) **الاتصال الجماهيرى** : وهو الاتصال الذى يتم بين المصدر (مرد
أو مؤسسة) وجماهير غفيرة وغير متجانسة عبر وسيط تكنولوجى ،
حيث لا يتحقق عامل المواجهة المباشرة ويتسم الاتصال بالتمديد
الشديد .

وقد يكون هناك أشكال أخرى للاتصال مثلما هو الحال فى الاتصال بين جماعة
وأخرى أو بين دولة ودولة أخرى أو بين منظمة أو هيئة دولية وأخرى محلية
أو بين الأحزاب بعضها البعض ... الخ . كما قد توجد أسس أخرى مختلفة
لتصنيف الاتصال بخلاف حجم الاتصال وأدواته ، كأن يصنف الاتصال إلى
نمط منظم ونمط غير منظم (٣) ، ويتصد بالنمط المنظم كل تلك الأجهزة والمؤسسات
التي تؤسس وتقام بقصد نقل المعلومات والأفكار وتوصيلها إلى الناس وهنا
تندرج الصحف والإذاعة ، والتلفزيون والسينما ومكاتب تنظيم الأسرة
ومؤسسة الإرشاد الزراعى تحت نمط الاتصال المنظم أو الرسمى ، بينما يشير
النمط غير المنظم إلى الانتقال التلقائى للأفكار والمعلومات مثلما هو الحال
فى انتقال الأخبار والأفكار والثروات بين الناس فى تفاعلاتهم اليومية
الروتينية .

وأيما كانت أنماط الاتصال والمعايير المستخدم فى تحديد هذه الأنماط ،
فلما سوف نقدر الحديث هنا على نمط الاتصال الشخصى والجماهيرى .

(١) نادية سالم ، أثر التعاون بين وسائل الإعلام وأجهزة الخدمات على
التنمية الريفية ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ،
١٩٨١ .

(٢) يوسف مرزوق ، مدخل إلى علم الاتصال ، الاسكندرية ، دار المعرفة
الجامعية ، ١٩٨٨ ، ص ٤٢ .

(٣) محمود عوده ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، رفيع سابق
ص ٢٦ .

نظراً لأهميتهما بالنظر الإعلامي من جهة ولاعتقادنا أن كلمة أنبساط الإنجيل الأخرى تخرج بصورة أو بأخرى في ثناياها من جهة ثانية .

١ - الاتصال الشخصي :

يعرف الاتصال الشخصي بأنه العملية التي يتجه الاتصال من خلالها إلى الأفراد أو المجموعات المستهدفة بطريقة مباشرة بحيث يلتقي فيها القائم بالاتصال والملتقى أو الملقين وجها لوجه في عملية تفاعلية بينهما (١) دون عوائق أو قنوات وسيطة وفي هذه الأثناء ينشأ بين الطرفين علاقة متبادلة ذات اتجاهين يقوم خلالها كل طرف بدور المرسل والملتقى في نفس الوقت . ومن أمثلة هذا النوع من الاتصال المحادثات اليومية بين أعضاء الأسرة والجيران أو الأصقاء وزملاء العمل واللقاءات الجماعية والاستشارات والمقابلات والحلقات الدراسية ... الخ .

ويعتبر هذا النوع من الاتصال أقرب أشكال الاتصال أو هو الشكل الطبيعي المألوف للاتصال وبالذات في المجتمعات الأقل تقدماً وفي المناطق التي تزداد فيها درجة الأمية وانخفاض المستوى الثقافي مثل المناطق الريفية والشعبية ، ويمكن تلخيص ذلك في الحياة الفعلية من خلال العديد من المؤشرات من بينها ، ارتفاع درجة التقدير والاحترام من جانب الأفراد في المجتمع المحلي للأفراد الأكثر ثقافة ويطلب الاستماع إلى آرائهم وإكرامهم ، وتأثير نفوذ كبار السن وبعض الفئات المهنية في المجتمع المحلي على الرغم من انخفاض مستواها المعرفي والتعليمي .

ويمكن أن نستنبط ملاحظتنا على هذا النوع من الاتصال من خلال معايشتنا لمواقفه في مختلف المجالات ، حيث تزداد كثافة ظهور قنوات الاتصال الشخصي في الريف والحضر على السواء على الريف تمثل المسطرة الملصقة بجدران بيوت القرويين موقعا دائما وخصيا لتبليغ الآراء والخبرات والاستمرار والحكايات بينما يمثل الدوار في بيت العمدة والمخترة في بيوت الأغنياء شكلا آخر لتبادل الاتصال الشخصي . وتلعب القبلات المحلية الرسمية وغير الرسمية دورا تأثيريا مهما خلال هذه اللقاءات .

كما تترادى الاتصالات الشخصية في المناطق الريفية والبدوية بشكل أساسي في زوايا العبادة والمساجد والوحدات العلاجية والجمعيات

(١) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٤ .

التعمونية الزراعية والمقاهى ومحلات البقالة والحياكة فضلا عن مناسبات الموالد والأفراح ، والمآتم... الخ .

وعادة ما تستقى المعلومات والاختبار خلال اللقاءات في هذه الأماكن من القيادات المحلية كرماء المساجد ، ونظار المدارس وبعض المدرسين . ويهندسى البرى والزراعة والأطباء والممرضات والقبائل وحلق القرية وبعض دعاة الطرق الصوفية والجماعات الدينية والسياسية فضلا عن العمدة والمشايخ وومثلى الحكومة ورجال الأمن ، ومؤخرا أصبحت أجهزة الاعلام مصدر مهم لتفذية هذه القنوات بالمعلومات والأفكار حول مجريات الاحداث القومية العالية .

وفي المناطق الحضرية ، تتواجد المواقع شبه الدائمة كجبال لممارسة الاتصال الشخصى مثل المقاهى والنوادر ومواقع تجمعات العمال في المصانع ونواحيها ومطاعمها وتجمعات الطلاب في المدارس والجمعيات وجميعيات النشاط الاهلى والنفقات المالية والمهنية ، هذا فضلا عن دور العبادة كالمساجد والكنائس . كما تتواجد المواقع المؤقتة كتجمعات النوادر لفئات الشباب ، والبراريات الرياضية ، وأيضا مواقع الاتصال اللحظى الناجمة من تزامم المواسلات وصنوف الجمعيات الاستهلاكية وغيرها .

وتجرى عمليات الاتصال الشخصى او المواجهى في شتى اشكال مواقع التجمعات السكانية ، وهناك العديد من الافكار العلية التى تنساب داخل هذه التجمعات خاصة التى تخفيها وسائل الاعلام الجماهيرى ، وتختلط بالمشائعات أيضا المنكبت ذات الدلالة الاجتماعية والسياسية(١) .

ويتنيز الاتصال الشخصى بعدة سمات من المفيد هنا ابرازها وهى :

١ - محدودية عدد الأفراد الداخلين في علاقة الاتصال حيث يفترض أن يتجاوز عدد الأفراد هنا عن (٥) فردا ، فإذا زاد من ذلك تعدد الاتصال وزادت كثافة العلاقات المتبادلة واستحال توافر عنصر الوجهة ومسير المعلومات في اتجاهين التى تميز الاتصال الشخصى .

٢ - عدم وجود وسيط تكنولوجى لنقل الرسالة موضوع الاتصال . ومنهذة المنقل والتوضيل الرئيسية هنا هى اللغة التى تتصل المصطفى والرموز متناشرة من وإلى طريق الاتصال .

(١) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٥ .

٣ — توافر مراقبة مباشرة ومتبادلة بين المرسل والمتلقي نتيجة لتوافر عنصر المواجهة واختفاء الوسيط التكنولوجي ومحدودية العلاقة .

٤ — القدرة على انتقاء المتلقي والمطرف الاتصالي عالية ، كما أن قدرة المعلومات المعطاة خلال عملية الاتصال عالية أيضا (١) .

٥ — حدوث ترجيع أثر فوري ومباشر في الموقف الاتصالي حيث يستطيع المرسل ملاحظة نتائج اتصاله على المتلقين بصورة فورية ومباشرة .

٦ — توافر عنصر الطقائية والمرونة ، كما يصعب تجنب أو تفنادي الاتصال الشخصي نتيجة لسهولة احتمال توقع الأفراد لمحتواه وبالتالي ففورة هذا النوع من الاتصال على السيطرة على العمليات الانتقائية لدى الجهور .

٧ — المراقبة الشخصية اهيبة بالغة في هذا النوع من الاتصال لا تقل عن المحتوى أو مضامين الاتصال ذاته ، وقد أوضح « لازر سفيلد » ان الناس يستطيعون جذب بعضهم البعض الى انشطة متنوعة نتيجة لعلاقاتهم الشخصية وعلى ذلك فان تأثيرهم يذهب الى ابعد من محتوى اتصالاتهم كذلك فان العلاقات الشخصية تستطيع احيانا ان تؤدي الى حصول الفرد على مكافآت معينة نتيجة لقبوله رسالة معينة أو تؤدي الى العكس بان تزيد من العقوبات التي قد تلحق به نتيجة عدم قبوله الرسالة .

ونتيجة للبساطة والطقائية ، والمراقبة الشخصية ، والرجيع الفوري والمباشر ، والمرونة ومحدودية اطراف التعامل التي يتميز بها الاتصال الشخصي ، دأب العديد من خبراء الاتصال والاعلام الحديث عن فاعلية هذا الاتصال وقدرته البالغة على تغيير الاتجاهات ودفع الافراد لتغيير مواقفهم واتخاذ القرار في الاتجاه الذي يريده المصدر أو مسئولوا التغيير وهو التصور الذي ينتقد الى التأييد الميداني في احيان كثيرة ، ذلك ان الاتصال الشخصي شأله شأن ببقية انماط الاتصال الأخرى ، محكوم بواقع حضارى وسياسات اجتماعية معينة . فلهذا الاتصال قد يتم السيطرة على عملياته وتوجيهها من قبل جهات القوة والنهوذ في المنطقة المحلية ، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري ، كما ان اقتصاد مؤهلات معينة لدى أحد طرفي الاتصال (١) . قد يجعل الحوار المفترض انه يسير في اتجاهين يسير في اتجاه واحد من الأتوى على الاتصال الى الأضعف . وهذه الحالة الأخيرة هي التي ينسب بها الغالبية والذات في المناطق المتخلفة — فمثلا الغالبية المعظم

(١) سامية محمد جابر ، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٠٠ .

من القرويين في مصر — وهذا نقاج ملاحظات ميدانية مباشرة — تنقد «الاستعداد لتكوين آراء حول المشاكل والأحداث وبالذات البعيدة عن حياتهم اليومية المباشرة» ، وعادة ما يتردد على لسان القروي عبارة « لا أعرف » حينما يسأل في أي حوار مباشر أو مناقشة تتعلق بقضية معينة . كما ينقص العديد منهم الإحساس بالقدرة على مجابهة وتغيير الإطار المجتمعي الذي يعيشون فيه . حيث تسود لدى غالبيتهم نزعة القبول والتقليد والاستسلام والطاعة وليس المجابهة والتحدى ، وإذا كان ذلك يعود في جانب منه الى ميراث تاريخي وواقع حضاري يعيش في أطواره هؤلاء الأفراد ، إلا أن المهم هنا أن مجتمعاً لا يتوافر لدى غالبية أفراده القدرة على الحوار والمشاركة أو الدخول في علاقات اتصالية ، فضلاً عن استغراقهم في تدبير قوت يومهم من شأنه التأثير على فاعلية قنوات الاتصال الشخصي أو قدرتها على أحداث التغيير .

بيد أن النقطة الجديرة بالاشارة هنا أن التقدم التكنولوجي في أدوات الاتصال خاصة «الانوات الصغيرة التي تستخدم حالياً في التخاطب اللاسلكي أو بالشرطة التسجيل الصوتية والمرئية الى غيرها من المستحدثات التكنولوجية» ، كان له تأثيره الأكبر على قنوات الاتصال الشخصي التقليدية حيث أصبحت هذه القنوات أكثر نشاطاً وفاعلية من ذي قبل ، كما دعمت من قدرة هذه القنوات على مجابهة وتحدي قنوات الاتصال الأخرى وبالذات الاعلام الجماهيري المركزي .

وأما كان الأمر ، بشأن فاعلية الاتصال الشخصي وكمايته في مجال التغيير ، فإن ثمة اتفاق بين الباحثين على عدد من الافتراضات والقواعد التي لها علاقة بكفاءة هذا النمط من الاتصال وهي :

١ — للسن والمركز الاجتماعي دور مهم في زيادة فاعلية الاتصال المباشر حيث يميل الأفراد من ذوي العمر والمستوى الاجتماعي الواحد الى تبادل المعلومات مع بعضهم البعض .

٢ — كلما كان القائم بالاتصال أو المصدر جدير بثقة المتلقي أو المتلقيين كلما لعب دوراً تأثيرياً مهماً في مجال نشر المعلومات والانتفاع ، حيث ترتفع درجة تأثير أفراد الجمهور بمن هم أكثر خبرة ويمن يشعرون بمصدق ومصحة معلوماتهم .

(١) فلوقوف على عرض مفصل للمؤهلات الذاتية المطلوبة لكل من طرق الاتصال ، انظر :

جيهان رشدي ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ص ١٤٢ — ١٤٨ .

٣ — تقوم الأسرة بدور بالغ الاهمية في الاتصال الشخصي وخاصة في مراحل التنشئة الاجتماعية للأطفال وفي التعامل مع بقية افراد الأسرة .

٤ — يؤدي التقارب دورا هاما في عملية التعامل والتأثير الشخصي وهو ينطوى على بعدين أولهما : التقارب المادى كالتجاور المكثى والقيام بأوجه نشاط اتصالى مشابهة .

وثانيهما : التقارب الاجتماعى كالمركز الاجتماعى والاهتمامات أو أسلوب الحياة (١) .

٢ — الاتصال الجماهيرى :

الاتصال الجماهيرى ، هو الاتصال الذى يختفى فيه عنصر المواجهة أو التلاقى المباشر بين طرق الاتصال ، وتوجه خلاله الرسالة الاعلامية لمخاطبة أعداد غفيرة وغير متجانسة من الجمهور . وعلى ضوء ذلك فان أية وسيلة أو أداة يمكن استخدامها لتوصيل رسالة معينة الى أعضاء الجمهور على اختلاف مواقعهم أو انتماءاتهم الاجتماعية والاقتصادية والفكرية تعتبر وسيلة جماهيرية كالراديو والتلفزيون والصحف والسينما والكتيبات واللافتات والمصغات وغيرها ويمكن اجمال أبرز الفروق التى تميز هذا النوع من الاتصال عن الاتصال الشخصى فيما يلى :

١ — العناصر المشتركة في عملية الاتصال هنا أكثر كثافة وتمتددا .
فالاول : المتلقى ليس شخصا أو عدة اشخاص أو حتى آلاف الأشخاص وإنما جمهور حاشد قوامه ملايين المستمعين والمساهدين والقراء بحيث لا يتسنى للقائم بالاتصال ان يبلغ رسالته اليهم من خلال الاتصال المواجهى ويتعامل القائم بالاتصال مع الجمهور باعتباره جماعات وليس افراد كما هو الحال في الاتصال الشخصى . كما ان اللغة المستخدمة في الرسالة وموضوع الرسالة والتأثير المرغوب إحداثه له صفة جمعية أكثر منها فردية وهذه الجماعات وكذا علاقة الاتصال مشتقة وغير متجانسة ولا تجمعها سوى اهتمام مشترك برسالة خاصة أو نوع من الرسائل

وثانيا : التسمية الجمعية للمصدر أو الطرف المرسل ، فهو هنا ايضا ليس فردا وإنما جماعة منظمة تعمل في اطار مؤسسة لها تواعدها وتنظيماتها وسياساتها التى تعمل من أجلها . بيد ان هذه الجماعة ، هى الأخرى ، قد تكون غير متجانسة وغير متأسكة على الاقل في مدى فهم كل عضو فيها لتسيابية المؤسسة وتوجهاتها الاتصالية .

(١) سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ،

والمشكل هنا ، أنه بينما ينظر القائمون بالاتصال الى الجمهور نظرة جماعية أو كلية ويتعاملون معه على هذا الأساس ، فإن الجمهور ذاته لا تتوابع لديه عادة هذه النظرة عن ذاته ولا تأخذ استجاباته السمة الجمعية ليسر فقط لانفتاد التنظيم أو القدرة على التصور وغياب الوسيلة للاستجابة المباشرة ولكن أيضا لأن الشروط الاجتماعية للحصول على استجابة جمعية مغلقة (١) . ويؤدي ذلك الى عدم توازن أو انساق العلاقة الاتصالية وميلها باستمرار ناحية المصدر والسير في اتجاه واحد .

٢ — وجود وسيط تكنولوجي معقد في عملية الاتصال ، وهذا الوسيط مصمم لتسهيل الاتصال في اتجاه واحد ، فالصحيفة والمجلة ، والاذاعة ، والتلفزيون والسينما ... الخ لا تتبع التغذية العكسية أو سريان المعلومات في اتجاهين ، وهي في أفضل الأحوال تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد ، أو التلفون ، أو الاتصال الشخصي ، أو بحوث الجمهور ، التي عادة ما يكون هدفها تسويقي أو ترويجي قبل أي شيء آخر .

ويترب على وجود هذا الوسيط التكنولوجي في الاتصال الجماهيري آثارا عديدة فمن ناحية يوسع هذا الوسيط نطاق المسافة بين المرسل والمتلقي ويتيح للآخر مرضة الاحتكاك والتعامل مع أطراف قد لا يستطيع الوصول اليها من خلال القنوات الشخصية ومن ناحية أخرى ، يؤدي وجود هذا «الوسيط» والتبايد بين المرسل والمتلقي (سواء كان تباعد اجتماعي أو مادي) الى إثارة حالة من الغموض لدى المتلقي حول أهداف القائمين بالاتصال مما يضيف مزيدا من عدم التوازن في العلاقة بين الطرفين ، فضلا عن ذلك ، فإن هذا الوسيط أو الفن التكنولوجي المستخدم في هذه العملية يتميز بارتفاع التكلفة بل وبالسرية أحيانا ، كما يتطلب مهارات خاصة ، وبالتالي فهو غير متاح لهؤلاء الأفراد الغير قادرين على شرائه أو على استخدامه ، ويتزايد عدد هؤلاء الأفراد في المجتمعات المتخلفة ، حيث يتزايد خضوع أجهزة الاعلام الى نمسق القوة المساند في هذه المجتمعات ، وحيث تندنى المستويات الاقتصادية والثقافية للمخاطبة من الأفراد .

٣ — ينتقد الفعل الاتصالي في الاتصال الجماهيري ، الى خاصية المحاور negotiability التي تميز الاتصال الشخصي وتجعله أكثر انطباعا وتفاعلية ، وعلى العكس نجد أطراف عملية الاتصال الجماهيري — كما إشرنا من قبل — متفاعلين من بعضهم البعض بصورة مادية (مكتنية) بل واجتماعية أيضا في أحيان كثيرة . والرؤية التي يشكلها كل طرف من الطرف الآخر ، عادة ما تكون نمطية . فالقائم بالاتصال لديه رؤية نمطية من

(١) انظر في ذلك :

الجمهور ، والجمهور لديه رؤية نمطية تجدد توقعاته من أجهزة الاعلام . وكل طرف يقرر بصورة منفردة تحديد الطرف الاتصالي ، وإدراك وتفسير معاني الرسالة على نحو مختلف في أغلب الأحيان . ونتيجة لاختلاف التوقعات وتباين الاهتمامات وغياب الرقابة الشخصية والمواجهة ، تصبح الرسالة أكثر عرضة للتحريف وإساءة التفسير والفهم وبالذات من جانب المتلقي الذي يعامل الرسالة ، كما لو كانت ، سلعة خاصة قام بشرائها ينفق عليها أو يضع بها ما يشاء وعلى طريقته الخاصة .

٤ - مع أن مضامين أجهزة الاعلام متاحة نسبيا وبصورة مباشرة لكافة أفراد المجتمع على اختلاف مواقعهم الجغرافية والاجتماعية ، وأن كل فرد يمكن من حيث المبدأ أن يكون متلقي لهذه المضامين إلا أن المشاركة الفعلية من جانب أعضاء الجمهور ، ودخولهم أطرافا في هذه العملية يتطلب بعض التنظيم الاجتماعي ، وتوافر بعض الامكانيات الفنية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية لدى أعضاء الجمهور ، والتي بدونها سوف تنعزل قطاعات غنية من الجمهور عن رسائل هذه الأجهزة .

٥ - أن الاتصال الجماهيري قادر على انتاج رسائل وتوصيلها لآلاف كثيرين في أجزاء متباعدة في التو واللحظة ، بل وحمل رسائل مختلفة لفئات متنوعة من الجمهور في آن واحد (١) . ومن المؤكد أن أجهزة الاعلام تبين في هذه الناحية بقبائل قدرات وإمكانيات كل منها . حيث تمد الأذاعة مثلا أكثر نجاحا من الصحيفة في نشر رسائلها في المناطق التي ترتفع فيها معدلات الأمية كذلك ، فإن الصحيفة تتميز بالقدرة على نشر رسائل ثابتة ودائمة وقادرة على أن تصل إلى المتلقي في الوقت الذي يلائمه .

وإذا كنا قد ميزنا خلال العرض السابق بين نمط الاتصال الشخصي والجماهيري ، فإن ذلك كان بهدف التمييز النظري ، حيث يصعب من الناحية الواقعية أن يستأثر أي من هذين النمطين بالاتصال والتأثير ، كما يصعب أن يحقق وحده التأثير الاتصالي المستهدف بمعزل عن النمط الآخر (٢) .

هذه الرؤية التكميلية لنمط الاتصال ، والتعاون والتفسيق بينهما مطلوب وبالخاص وبالذات في المجتمعات النامية من أجل تلبية لثغرات الفصل ومساهمة فعالة وإيجابية من جانب نمط الاتصال في هذه التنمية (٣) .

٦ - لا يجوز — كما هو مشاهد حاليا في العديد من هذه المجتمعات — أن

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات في الاتصال ، مرجع سابق ص ١٩ .

(٢) مسير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام ، مرجع سابق ص ١١٦ .

(٣) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٧ .

ن تعزز الأمرة بثلا قنيتها ومعايير اجتماعية وانسانية يناقشها الاعلام الجماهيري ويهتف بها في نفس اللحظة . والامثلة على ذلك كثيرة ومتعددة منها مثلا ، دعوة الدين الى تحريم الخمر ونبذ المجرمات بينما بطل القصة تليفزيونى أو السينمائى لا يكون بطلا إلا اذا كان عثيفا وشاربيا للخمر ماهرا في اغراء النساء . وفى حين يدعو استاذ الجامعة طلبته للتسلح في الحوار وحرية ابداء الراى قتل صور من مسرح الحياة السياسية على شاشة التليزيون في جوهرها اهدارا لحرية الراى ومظهرها الممارسة المزعومة للديمقراطية .

وهكذا ، فان النظرة الحديثة لفهم الواقع الاتصالى في المجتمع ، هى رؤية هذا الواقع من منظور مدى التفاعل والانسجام بين نمطى الاتصال الجماهيري والشخصي وتأثيرهما النسبى معا في المواقف الاتصالية المختلفة بطريقة تكاملية وليس مجرد تأثير احدهما وغياب الآخر ، أو الحديث عن قدرات هذا النمط وضعف الآخر ، كما كان الحال من قبل ، ومن المؤكد أن تحقيق هذا التفاعل والانسجام ، يتطلب أول ما يتطلب تحقيق الاتفاق بين النسق الفكرى والايديولوجى لكل منهما ، أو على الأقل عدم تناقضهما في المجتمع الواحد .

الفصل الثاني

دراسة عملية الاتصال

الفصل الثاني

دراسة عملية الاتصال

مقدمة :

أظهر العرض السابق أن الاتصال ينمطيه الشخصي والجماهري عملية دينامية ومعقدة وبتزايد تعقيد هذه العملية وتشابك مكوناتها عند مستوى الاتصال الجاهري ، حيث تتسم علاقات التفاعل عند هذا المستوى بالكثافة وشدة الغموض ، ولما كانت دراسة هذه العملية وأخصاها للبحث والتحليل أمرا مهما للمشتغلين بالنشاط الاعلامي بغية فهم طبيعة عملية الاتصال واستخدامها بالكفاءة المطلوبة لجا الباحثون في مجال الاتصال الى استخدام فكرة النموذج (Model) من أجل تحليل مكونات عملية الاتصال وفهم المتغيرات الفاعلة فيها بصورة أكثر دقة وتنظيما .

ونموذج الاتصال هو وصف تصوري مبسط يقدمه الباحث في شكل مخطط لعملية الاتصال في لحظة زمنية معينة بمعنى آخر هو محاولة لتجسيد عملية الاتصال في لحظة زمنية وتقديم وصف للعناصر الاساسية الفاعلة التي يفترض وجودها في هذه العملية . ويمر كل نموذج بذلك عن الرؤية الخاصة للفرد الذي قام ببنائه ، لما يتصور بأنه المتغيرات الهامة والفاعلة في عملية الاتصال التي يقوم بدراستها (١) . وقد أوضح «كارل ديوتش» عدة بهم يقوم بها النموذج عند دراسة عملية الاتصال (٢) . فاولا : يساعد النموذج في تنظيم وربط اطراف عملية الاتصال بعضها البعض بما يساعد على تقديم رؤية كلية لم يكن يتسنى للدارس ادراكها بدون هذا الترتيب والربط . وثانيا : يساعد النموذج في توجيه الدارس الى العناصر الرئيسية في عملية الاتصال التي ينبغي التركيز عليها وفهم تأثيراتها من أجل السيطرة على مخرجات العملية . وثالثا : مساعدة الدارس على التنبؤ بنتائج عملية الاتصال وبلورة بعض الافتراضات المحتملة لمخرجات هذه العملية .

(١) من المؤكد أن هذه الرؤية لا تتبع من فراغ ، ولكنها حصيلة جهد عقلي وخبرات وأبحاث وتجارب . . قام بها الباحث في هذا المجال .
(٢) انظر في ذلك :

وقد نجح بلحقو الاتصال في تقديم العديد من النماذج والتصورات النظرية بلغت وفق تقدير أحد المصادر خمسون وصفا مختلفا للمعلية الاتصالية^(١) واللائت للظنر ، ان معظم هذه النماذج ان لم يكن جميعها قد جاء حصاا ابحاث ودراسات اجريت على واقع عملية الاتصال في المجتمعات الغربية وقام بها بلحقون ينتهون الى هذه المجتمعات ، واقتصار الاسهام العربي في هذا المجال على محاولة الترجمة والنقل ، وانضحت أو كادت محاولات التنظير المحلى الخالصة لنهم واقع عملية الاتصال في المجتمعات العربية ، وغابت حتى الرؤية النقدية لما هو منقول أو مترجم وبدأ الأمر هنا كما لو كانت هذه النماذج والتصورات المنقولة مسلمات تصلح لنهم وتحليل عملية الاتصال في مجتمعاتنا رغم شسدة تبليين واقع عملية الاتصال لدينا عن نظيرتها في المجتمعات الغربية ، على الأقل بفعل تبليين المناسخ الثقافي والواقع الحفصارى بين المجتمعات العربية والمجتمعات الغربية .

وفي إطار غيبة محاولات التنظير لواقع عمليات الاتصال في المجتمعات العربية ، وافتنار اليبذان الى البيانات الواقعية والحقيقة التى تصلح كتاعدة تساعد في هذا المجال ، فلا مفر أمامنا هنا من استعراض عدد من النماذج والتصورات النظرية الغربية لعملية الاتصال من منظور نقصى تحليلى يوضح جوانب القوة والضعف في هذه النماذج ، وبما يتبع لنا في النهاية الاستنادة من جوانب القوة في هذه التصورات في تطوير رؤية نظرية أكثر ارتباطا بواقع المجتمعات العربية . ويحدد اختيارنا للنماذج المطروحة هنا عدة اعتبارات منها : تمثيل المراحل التاريخية التى مرت بها أبحاث الاتصال والرؤية التكاملية التى يعكسها النموذج لعملية الاتصال بنطبيها الشخصى والجماعى ، وأهمية الأفكار والمطلوبات التى يطرحها التصور وما يحله من حقائق ومتغيرات جديدة تساعد في فهم أفضل لعملية الاتصال بعبارة أخرى يتناول هذا الفصل مناقشة العنصرين التاليين :

- ١ — عملية الاتصال (رؤى اجنبية) .
- ٢ — عملية الاتصال (رؤية محلية) .

أولا : دراسة عملية الاتصال (رؤى اجنبية) :

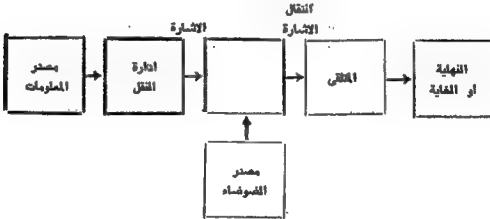
١ — نموذج شاتون وويفر : (Shannon & Weaver)

يعد نموذج « شاتون وويفر » عن عملية الاتصال من النماذج الأولية

(١) طلعت منصور ، سيكولوجية الاتصال ، عالم الفكر ، الماا الثاني ، سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ١٠٤ .

الأساسية التي نمت منها دراسات الاتصال . ويعكس هذا النموذج وجهة النظر التي تنظر الى الاتصال بوصفه عملية خطية يتم في إطارها نقل الرسالة من المصدر الى الملقى . وقد بلور الباحثان رؤيتهما عن الاتصال خلال الحرب العالمية الثانية ، حيث تركز اهتمامهما الاساسي في محاولة السعي لتطوير فاعلية قنوات الاتصال وتحديد الراديو والتليفون لتصبح أكثر كفاءة في نقل الرسائل وإثارة في ذلك بعض التساؤلات ، كيف يمكن نقل أقصى كمية ممكنة من المعلومات عبر القناة أو الوسيلة الاتصالية ؟ وكيف يمكن قياس قدرة الوسيلة في حمل المعلومات وتناقلها بين المصدر والملقى ؟ ويبدو أن تركيز «شانون وويفر» على دراسة الوسيلة وقدرتها على حمل المعلومات يعود الى خلفيتهما الهندسية الرياضية ، ومع ذلك فقد أشيرا الى أن نظريتهم في الاتصال يمكن تطبيقها بصورة واسعة على كل سؤال يتعلق بالاتصال الانساني (١) .

ويصور النموذج العناصر الأساسية لعملية الاتصال في الشكل التالي :



(تصور شانون وويفر لعملية الاتصال)

ووفقا لهذا التصور تتحدد العناصر الأساسية في عملية الاتصال على النحو التالي :

مصدر ، وإداة ، ورسالة ، وملقى ويضاف الى ذلك عنصر آخر دخيل هو الضوضاء ، أو التشويش وفي إطار هذه العناصر تسمى العملية على النحو التالي :

(١)

Shannon, C. & Weaver, W., The Mathematical Theory of Communication, Urbana University of Illinois Press, 1964.

المصدر ، وهو صانع القرار ، يقوم بتحديد الرسالة التي يرغب في إرسالها . هذه الرسالة تأخذ طريقها الى المتلقى عبر أداة أو قناة تتحول خلالها الى إشارة ، وفي مرحلة النقل هذه قد تتعرض الإشارة الى بعض الضوضاء أو التشويش مما يؤثر على فك رموزها وبالتالي فهمها لدى المتلقى .

ونعرف الضوضاء Noise هنا على أنها أى شيء يضاف الى الإشارة بين نقلها واستقبالها ، وهو الشيء الذى لا يقصده المصدر أو يرغب فيه . بعبارة أخرى يعنى مفهوم الضوضاء أو التشويش وفقاً لتصوير «شانون وويفر» أى إشارة تتلقى ولا ينقلها المصدر وتزيد من صعوبة فهم المتلقى للمعنى الحقيقية للرسالة . وقد ميز الباحثان هنا بين نوعين من التشويش : تشويش المعانى والتشويش الفنى ، ويتحدد تشويش المعانى ، فى أى تحريف للمعنى الصحيح فى عملية الاتصال والتي لا يقصدها المصدر وتؤثر على فهم المتلقى للرسالة فى الاتجاه الصحيح . أما التشويش الفنى أو الميكانيكى ، فيعنى أى تدخل فنى أو تغير يطرأ على إرسال الإشارة فى رحلتها من مصدر المعلومات الى المتلقى مثل حدوث غرقة أثناء إرسال الإشارة أو صدور أزيز طائفة ، أو ضعف حاسة السمع عند المتلقى ، أو إذا كان نطق الحروف لدى المصدر غير سليم الى غيرها من العوامل التي قد تتداخل وتؤثر على تلقى الرسالة بدقة .

وبهذا النهم حدد « شانون وويفر » ثلاثة مستويات من المشكلات فى دراسة عملية الاتصال :

المستوى الأول : ويتعلق بالمشكلات الفنية حيث تتحدد المشكلة الأساسية هنا فى كيفية نقل رموز الاتصال بصورة دقيقة وصحيحة .

المستوى الثانى : وهو الخاص بمشكلات المعانى اذ كيف تقوم الرموز المنقولة بنقل المعانى المطلوبة الى المتلقى بصورة دقيقة .

والمستوى الثالث : ويتعلق بالآثار والنتائج المترتبة على الاتصال حيث تتحدد المشكلة الأساسية هنا فى كيفية تأثير المعانى المستقلة بفاعلية فى السلوك وذلك فى الاتجاه المطلوب من جانب المصدر .

وإذا كان يسهل فهم المشكلات الفنية الخاصة بالاتصال والتي يبدو أن النموذج قام أساساً بمحاولة فهمها وتحديدها ، إلا أن المشكلات الخاصة بالمعنى ، وإن كان من السهل تحديدها وحصرها ، إلا أنه ليس واضحاً كيف يمكن معالجتها . وقد تم « شانون وويفر » حلاً قاصراً لهذه

المشكلات فليديها ، تتضمن المعاني في الرسالة وبالتالي فان تحسين صيغتها وتجويدها مسؤوف يزيد من المعاني الصحيحة ، ويقلل من التحريف المحتمل لهذه المعاني لدى المتلقى ، وهو الحل الذي يتجاهل دور العوامل الثقافية وتأثيرها في تكوين المعاني وفي فهمها بصورة صحيحة لدى بلزق الاتصال (١) .

وتشير المشكلات الخاصة بالتأثير الى ان « شاتون ووير » ينظران الى الاتصال باعتباره نشاطا دعائى وموجه ، بحيث ان المصدر يتصل بفاعلية مع المتلقى ، عندما المتلقى يستجيب بالطريقة التى يرغبها المصدر . وقد أوضح الباحثان ، ان المستويات الثلاثة من المشكلات ليست قائمة بذاتها ولكنها متداخلة ويعتمد كل منها على الآخر وانها معا مطلوب دراستها وفهمها من أجل تحسين كفاءة الاتصال وتحقيق فاعليته .

وقد لفت « شاتون ووير » نظرنا الى نقطتين أساسيتين تتعلق أحدهما بالمصدر والاخرى بالمتلقى :

الاولى : مقدار المعلومات لدى المصدر والتي تتيح له حرية الاختيار .

والثانية : هى عدم اليقين أو نقص المعرفة لدى المتلقى بالرسالة وحاجته اليها . ووفقا لتصور « شاتون ووير » ، فانه لكى يعمل الموقف الاتصالى الى وضعه الأمثل ، فانه ينبغي ان تتوافر للمصدر والمتلقى نفس الامكانيات وعدم يقين المتلقى حيال الرسالة التى تم ارسالها منعاو تماما لحرية المحزن في الاختيار أثناء اعداد الرسالة . أو بعبارة أخرى ينبغي توافر حرية الاختيار للمصدر ، وعدم اليقين لدى المتلقى وفي هذه الحالة يصبح هدف المعلومات التى قام المصدر باختيارها ازالة عدم اليقين أو الغموض الذى يشعر به المتلقى .

ومع وجاهة هذه التصورات ، وبالذات ما يرتبط منها بالمشكلات التى تحيط بنقل الرسالة وفهمها حرية الاختيار لدى المصدر وعدم اليقين لدى المتلقى ودورها في دعم كفاءة الاتصال ، الا ان النموذج في حد ذاته يتجاهل عناصر أساسية في عملية الاتصال . فمن ناحية يعتمد النموذج عملية الاتصال بوصفها عملية خطية تسير من المصدر الى المتلقى ويتجاهل هنا عنصر الفعنية المرتدة التى تميز عملية الاتصال بوصفها عملية تفاعلية ومن ناحية أخرى ، لا يوضح النموذج العوامل الفاعلة في تحديد حرية الاختيار لدى المصدر أو عدم

(١) انظر في ذلك :

John fiske, "introduction to Communication studies", Methuen, London, 1982, P. 8.

اليقين لدى الملتقى لكى يتوازن الموقف الاتصالى ويصبح فى وضعه الأمثل، وبدأت عملية الاتصال بها لو كانت منعزلة عن السياق الاجتماعى والثقافى الذى تعمل فيه بها أضعف من كفاءة النموذج وقدترنه على فهم وتحليل عملية الاتصال بصورة أفضل .

٢ - نموذج لاسويل (Lasswell's Model) :

يعد نموذج لاسويل من النماذج الأولية التى سعت الى تفسير عملية الاتصال الجماهيرى ، وقد اكتسب النموذج على بساطته الشهرة واسعة حتى لا يكاد يخلو مرجع واحد فى دراسات الاتصال دون الإشارة الى تصور لاسويل لعناصر عملية الاتصال الجماهيرى^(١) ووفقا لهذا التصور يرى لاسويل ، أننا لكى نفهم عمليات الاتصال الجماهيرى فنحن فى حاجة لدراسة كل مرحلة من مراحل هذه العملية وفقا للعناصر التالية :

من ؟ يقول ماذا ؟ وبأى وسيلة ؟ لن ؟ وبأى تأثير ؟

وواضح أن هذه العناصر الخمسة لعملية الاتصال الجماهيرى لا تخرج كثيرا عن العناصر التى مسبق أن طرحها «شانون وويبر» فما زالت العملية هنا ، كما هو الحال فى نموذج « شانون وويبر » تفهم باعتبارها عملية خطية (Linear) يتم فى إطارها نقل رسالة من المصدر الى الملقى ، عبر وسيلة معينة . على أن الاضافة التى يلفت لاسويل نظرنا إليها هى ذلك الجانب المتعلق بآثر نقل الرسالة على الملقى أو عنصر التأثير Effect والذي يعنى كما حدده « لاسويل » أى تغيير يمكن ملاحظته وقياسه لدى الملقى والذي تنسب له العناصر المتداخلة فى العملية ، وقد أوضح لاسويل أن أى تفسير فى أحد هذه العناصر من شأنه أحداث تأثير فى العناصر الأخرى وبالتالي التأثير على نتائج عملية الاتصال . فإذا جرى مثلا تغيير القائم بالاتصال ، أو طريقة صياغة الرسالة ، أو القناة المستخدمة فى نقل الرسالة ، فإن ذلك يؤدى الى تغيير فى درجة التأثير على الملقى ،

- (١) يوجد العديد من الدراسات المطيعة التى تأثرت بتحليلات لاسويل لعملية الاتصال الجماهيرى . أنظر على سبيل المثال الدراسات التالية :
- حامد ربيع ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز أبحاث منظمة التحرير الفلسطينية ، بيروت ، ١٩٧٠ .
 - عبد النادر حاتم ، الإعلام والدعاية ، الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٢ .

لد يوسفة موزون : **دخل الى علم الاتصال** ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٨٨ .

وتعكس صيغة «لاسويل» بالصورة المقدمة عند من الابتراضات الجديرة بالإشارة هنا وهي :

١ - أن المصدر في عملية الاتصال يمارس نشاطه بقصد التأثير على المتلقى .

٢ - أن عملية الاتصال الجماهيري في أمثلها عملية دعائية تهدف إلى انشاع المتلقى بوجهة نظر المصدر .

٣ - أن الرسائل التي تبجلها أجهزة الاعلام الى المتلقى لها دوما تأثيرات ناعلة على المتلقين .

ومن المؤكد أن أهم أفضل لعملية الاتصال الجماهيري في المجتمع لا يمكن أن تقام على مثل هذه التصورات المفرطة في بساطتها لعملية بالغة التعقيد والتشبيك (١) . فمع أن تساؤلات لاسويل الضمنية توجه انتباه دارسي الاتصال الى العناصر البارزة في عملية الاتصال ، إلا أنها تفرط في تبسيط درجة التداخل والتعقيد في هذه العناصر . فالمصدر (من) ليس فردا وإنما أفراد بل مؤسسة كاملة لا قواعدا وتنظيماتها وعلاقاتها بالمجتمع التي هي جزء منه تؤثر وتتأثر به . والمتلقى ليس فردا وإنما جماهير غفيرة ومتباينة ، كما أن القنوات والرسائل متعددة ومتنوعة وتختلف ليس بالضرورة شرطا ملازما لكل عمليات الاتصال الجماهيري الذي يحكم أحداثه لدى المتلقى بتغيرات عديدة ، فضلا عن صعوبة قياسه وفقا لتعريف لاسويل (التأثير الذي يمكن ملاحظته على المتلقى) حيث أن غالبية تأثيرات الاتصال الجماهيري ، تأخذ - عادة - صفة تراكمية وليست آتية كما يتصور «لاسويل» .

لقد اهتم «لاسويل» كعالم سياسي بدراسة الاتصال السياسي ، وبالذات النشاط الخاص بالدعاية . وقد انعكس ذلك على تصوره لعملية الاتصال واقتصر رؤيته لها على أنها عملية خطية ودعائية تهدف إلى التأثير على المتلقى وانشاعه بوجهة نظر المصدر ، مما عرض النموذج لانتقادات شديدة من جانب بعض الباحثين الذين اتهموا انتقاداتهم على أساس تجاهل النموذج لعناصر هامة وناعلة في عملية الاتصال الجماهيري منها (٢) :

(١) راجع انتقادا مفصلا لنموذج لاسويل في المرجع التالي :

Braddock, R., Extension of the Lasswell formula, Journal of Comm., 1958, PP. 88 — 93.

(٢) أحمد بدر ، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والنتية ٤

الكويت ، وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢ ص ٦٠ .

الموقف الاتصالي العام ، الهدف الذى تسعى الى تحقيقه عملية الاتصال ، ورجع المسدى من الملقى الى المصدر ، والاطار الدلائلى او الخبرة المشتركة بين طرفى الاتصال .

٢ - نموذج جيرنر : (Gerbner's Model)

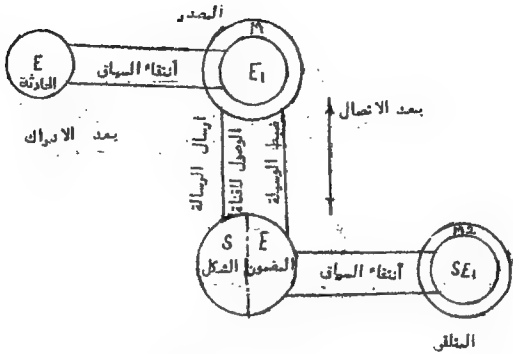
يتميز نموذج جيرنر الذى يعمل استنادا للاتصال فى جامعة بنسلفانيا بالولايات المتحدة ، بالتركيز على ربط الرسالة بالواقع والتأكيد على عمليات الادراك ومعانى الرموز وطريقة تشكلها أو فكها لدى كل من طرفى الاتصال . ويرى « جيرنر » أن نموذج للاتصال له صفة العمومية فى التطبيق من حيث أنه يجلب الانتباه الى تلك العناصر الفاعلة فى كل فعل اتصالى (١) .

وإذا نظرنا الى شكل النموذج ، فإنه يبدو لأول وهلة ، أكثر تعقيدا من نموذج « شلقون ووينر » ، بيد أن املح النظر فى النموذج يكشف أنه ما زال يعبر عن الرؤية الخطية لعملية الاتصال كما هو الحال فى نموذجي « شلقون ووينر ولاسويل » . حيث تفسر عملية الاتصال على النحو التالى :

شخص ، يدرك واقعة ، فى سياق معين ، يحدث تفاعل بطريقة ما بتشكيل تصور ، بشكل محدد ، وسياق ، لنقل النص بترتيب معين الى شخص آخر ، يدرك النص فى سياق معين ويعكس الشكل التالى تصور جيرنر لهذه العملية :

(١) انظر :

Denis McQuail and Sven Windahl, *Communication Models Longman*, London, 1981, P. 18.



(تصور جيرنر لعملية الاتصال)

و قد أوضح جيرنر أن عملية الاتصال تتضمن بعدين أساسيين :

- الأول : بعد الإدراك والنهم « البعد الأمتى » .
- والثاني : بعد الاتصال والتعامل مع الوسيلة (البعد الرأسى) .

١ - البعد الأفقى :

وفيه تبدأ العملية بالواقعة أو الحادثة (E) التى يتم إدراكها بواسطة (M) أو المصدر ، ولدى جيرنر فإن (M) يمكن أن يكون لئسان أو آلة مثل الكاميرا أو الميكرفون ، وإدراك المصدر (M) للحادثة (E) هو إدراك (E1) ، وهذا هو البعد الإدراكى فى بداية العملية ، وتخول (E) إلى (E1) ، يعنى أن المصدر لا يتمكن من إدراك كل ما يحيط بالواقعة حتى ولو كان هذا المصدر آلة ، فإن تصويرها للحادثة يتأثر أيضا ببدى فنيتهما وقدرتهما المسانية ويصبح الإدراك أكثر تعقيدا فى حلة ما إذا كان (المصدر) أنسانا ، حيث يعتبر الإدراك الأنسانى للمثيرات أدراك بسيط ، ولكن هو عملية من التفاعل والمخاطرة ، وما يحدث فى الواقع هو أننا نحاول الموازنة بين المعنى المتنازع للرمز أو المؤثر الخارجى والمعنى الباطنى له لدينا ، وعندما تتم هذه الموازنة نترك شيئا ما ونفطيه معنى معين .

وهكذا ، فإن المعنى فى هذا السياق يتحدد على ضوء الموازنة بين

الرمز الخارجى (٢ الحادثة) والمعانى الباطنية لدى المصدر ، حيث يلعب الدافع للمهم أو التنظيم هنا دورا كبيرا . على أن الأمر المهم هنا هو أن هذا الفهم وتنظيم الحركات لدى الفرد يتأثر بقوة بالتغذية السائدة ، وأنسباط التنشئة الإجتماعية التى يتعرض لها الأفراد ، والتى فى أطرافها تتطور المعانى الباطنية للأشياء والرموز ، ويعنى هذا أن الأفراد الذين ينتمون إلى ثقافات مختلفة سوف يدركون الواقع بصورة مختلفة . فالإدراك إذن ليس عملية نفسية تحدث داخل الفرد وإنما هى أيضا مسألة مرتبطة بالثقافة التى يخبرها الفرد ويعايشها .

٢ - البعد الرأسى :

فإذا انتقلنا إلى المرحلة الثانية أو البعد الرأسى فى العملية فانه يتم مندمبا برغب المصدر فى إرسال ادراكه للحادثة (E) إلى شخص آخر ويستعمل « جيرينز » كود (SE) وهو يرمز إلى ما نطلق عليه عبارة الرسالة ، التى هى إشارة أو بيان عن الحادثة والدائرة التى تعبر عن الرسالة فى النموذج تنقسم إلى جانبين (S) وتشير إلى الجانب الأول منهما بمعنى الشكل الذى تأخذه الرسالة ، فى حين تشير (E) إلى مضمون الرسالة .

ومن الواضح أن المضمون المقدم أو (E) يمكن أن ينقل بعدة طرق مختلفة حيث يوجد العديد من الطرق التى يمكن الاختيار من بينها . ويعد انتقاء أفضل شكل بالنسبة للحادثة (E) واحدا من الاهتمامات الملحة للقائم بالاتصال . ويؤكد جيرينز أن (SE) مفهوم موحد وليس مجالين منفصلين ، يتفاعلا معا ، حيث أن انتقاء (S) سوف يؤثر بوضوح على تقديم (E) الحادثة . وهكذا يوضح جيرينز أن العلاقة بين الشكل والمضمون هى علاقة دينامية وإيجابية ولا يمكن الفصل بينهما ، وفى ذلك يوجه «جيرينز» انتقادا حادا إلى نموذج « شانون وويفر » الذى يؤكد أن مضمون الرسالة يوجد بصورة مستقلة ، ويرى « جيرينز » أن الرسالة لا يمكن أن توجد قبل تشكيلها ووضعها فى شكل معين أو فى كودها ، وتعد عملية التشكيل هنا عملية إبداعية وخلقة وتبليها فقط يوجد الدافع . والحاجة للتشكيل ليست فكرة قبلية سابقة لوجود المضمون الذى يتطلب أن يوضع فى كود . بمعنى آخر ليس هناك مضمون قبل التشكيل ولا تشكيل قبل المضمون ، ومحاولة الفصل بين الاثنين هى محاولة فاشلة ومشكوك فيها .

وفى هذا الجانب الانجسالى ، يمد الانتقاء عملية مهمة تساهم فى بلوغ هو الجبال فى الجانب الإيمنى من العملية ، فهناك أولا : انتقاء وسيلة أو قناة الاتسبال ، ثم هناك انتقاء من جانب المدرك (E₁) حيث لا يؤدي هذا المدرك استجابة كاملة وشاملة بالدقة المطلوبة خلال عمليات الانتقاء والاختيار التى يقوم بها المصدر وتصبح احتمالات التنبؤية والزدة .

كذلك ، ووفقا لتصوير « جيرينز » ، فإن هذا الجانب الرأسى من العملية ،

يتضمن مفهوم القدرة على الوصول إلى القناة أو الوسيلة الإعلامية ، حيث يعد هذا المفهوم من المفاهيم المحورية التي تثار حولها مناقشات واسعة في الوقت الراهن (١) . حيث تتباين قدرات الأفراد وفقاً لمراكزهم الاجتماعية وأوضاعهم الاقتصادية في الوصول إلى وسائل أو قنوات الاتصال .

وإذا كانت بعض الدول أو الحكومات ، تتجه - عادة - إلى فرض سيطرتها على عملية الاتصال الجماهيري ، وبالتالي تجد من قدرة الأفراد على استخدامها أو المشاركة فيها ، فإن الأمر لا يختلف أيضاً على مستوى الاتصال الشخصي ، حيث قد يمارس المدير المتسلط أو المدرس في الفصل تأثيراً كبيراً ويحد بالتالي من قدرة الآخرين على ممارسة الاتصال ، وذلك بالحد مثلاً من قدرتهم على الحديث . والأب المتسلط أيضاً سوف لا يسمح لأطفاله أن يتحدثوا قبل أن يتحدث ، وهو في ذلك ينتسبه مع الكثير من الحكومات في الأنظمة الشمولية ، عندما لا تسمح فقط إلا للرؤية الرسمية للحدوث في الظهور على شاشات التلفزيون .

وفي المرحلة الثالثة من العملية ، فإن المتلقي (MP) يقوم بإدراك إشارة أو بيان عن الحادثة . وكما هو واضح من قبل ، فإن معنى الرسالة لا يمكن في الرسالة ذاتها ولكن هو نتيجة التفاعل والحوار بين المتلقي والرسالة ، فالمتلقي لديه مجموعة من الاحتياجات والاهتمامات والمفاهيم المنبثقة من ثقافته ، وعلى ضوء هذه المفاهيم تتأثر طريقة إدراك المتلقي للرسالة ، كذلك فإن الرسالة ذاتها قد تحمل معاني عديدة ، يحتسب أن تفهم بطرق مختلفة .

ومحصلة التفاعل والحوار بين المتلقي والرسالة هو ما يدركه المتلقي ويفهمه من الرسالة ، ويثير « جيرينر » هنا مفهوم «انتقاء السياق» الذي يرافق مفهوم إمكانية الوصول للقناة في البعد الرأسي ، حيث يساعد هذا المفهوم في تحديد ما يتم إدراكه بالفعل من قبل المتلقي ؛ ويتولى مهمة انتقاء السياق اللام المصدّر أو القائم بالاتصال ، وعليه في هذه الحالة تحديد كيفية نقل الرسالة وكذا لمن سوف يوجهها إليه .

وأيما كان الأمر ، فإن نموذج جيرينر، ما زال مجرد تطوير جيد لنموذج « شانون وويفر » ، حيث ما زال ينظر هو الآخر إلى عملية الاتصال بوصفها عملية خطية يتم في إطارها نقل الرسالة من المصدّر إلى المتلقي ، والتطوير الذي يضيفه جينا يكن في اهتمامه يبحث ما يحدث وراء العملية نفسها وحديثه في ذلك عن الواقعة أو الحادثة (E) ومعالجة المعنى والإدراك ، وحتى عند هذا المستوى ، فإن النموذج يتجاهل مناقشة المشكلات الخاصة بكيفية تولد المعنى ، والعمليات المؤثرة في ذلك وبالذات ما يتعلق منها بالبناء الاجتماعي

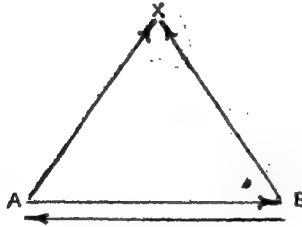
(١) انظر في ذلك :

John fleke, Introduction to Communication studies, Op. Cit., P. 21

والثقافة السائدة . وكذلك فإن جيرنر يتناول موضوع شكل الرسالة أو الكود المستخدم في تقديم المضمون كحقيقة مسلم بها ، بينما أنصار مدرسة الظواهر قد يجدون أن الرسالة هي الوسيلة على حد وصف مارشال ماكلوهان^(١) . كما وقع جيرنر في خطأ افتراض أن كل العمليات الانفية متشابهة حيث من المؤكد أن ادراك المتلقى للرسالة ليس هو نفس ادراك المصدر للحادثة ، فالمتلقى ليس آلة صماء يستجيب بنفس الطريقة لمشاهدة فيلم تليفزيوني حول حادثة معينة كما لو كان مشاهدا لهذه الحادثة في الواقع المعنى فالرسالة بطبيعتها تشكلت أو صيغت بطريقة مختلفة من الواقعة الحية وبالتالي توجه استجاباتها بصورة معينة .

نموذج نيوكومب : (New Comb's Model)

قدم « نيو كومب » نموذجا مختلفا تماما عن النماذج الخطية السابقة حيث يأخذ النموذج شكل مثلثي كما يبدو من الشكل التالي (٢) :



(تصور نيو كومب لعملية الاتصال)

والنقطة الأساسية الجديدة في النموذج هي الاهتمام بدور الاتصال في المجتمع وفي تحديد العلاقات الاجتماعية . وتتحدد نظرة « نيو كومب » لوظيفة الاتصال في الحفاظ على التوازن داخل النسق الاجتماعي والعناصر الأساسية في النموذج تبدو كما يلي :

(A) و (B) هما المرسل والمتلقى . وقد يكونا أفرادا أو اتصالات

(١) راجع عرضا مفصلا لوجه نظر ماكلوهان في هذا المجال في :
جيهان زشتي ، الاسس المعنوية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ص ٢٨٤ - ٢٩٦ .

(٢) انظر في ذلك :

Denis McQuah and Sven Windahl, Op. Cit., P. 31.

أو الحكومة والناس (X) هي جزء من البيئة الاجتماعية لكل من المرسل والمطلق ويشكل (X.B.A) نظام تتداخل علاقاته الداخلية . فإذا تفسر أى من المرافه تغيرت بقية الاطراف وتعمل المكونات الأساسية للنظام على النحو التالى :

١ - توجه (A) نحو (X) يتضمن الاتجاه نحو موضوع أو هدف يمكن الاقتراب منه أو تفاديه يحكمه في ذلك بناء القوة والثقافة السائدة . وكذا الخصائص المعرفية (المعتقدات والبناء المعرفي) .

٢ - يتوجه (A) نحو (B) بنفس المعنى عن الموضوع أو الحدث .

٣ - يتوجه (B) نحو (X) .

٤ - يتوجه (B) نحو (A) .

ويرى «نيو كومب» أنه من المهم أن يكون لدى المرسل والمطلق اتجاهات متشابهة نحو الموضوع (X) فإذا تحقق ذلك ، فإن النظام سوف يكون في توازن . أما إذا لم يكن لديهما اتجاهات متشابهة نحو (X) فانهما سيكونان تحت ضغط للاتصال حتى يصلا إلى اتجاه متشابه .

على أن الامر الأكثر أهمية هنا ، ويؤكد عليه « نيوكومب » هو ما يشته الموضوع أو الشخص (X) من أهمية لدى كل من المصدر والمطلق ، وكذلك تأمعهما المشترك للتوجه نحو الموضوع ، وقد لا يكون الموضوع شيء أو شخص ، وإنما قد يكون جزءا من البيئة المشتركة لكل من المصدر والمطلق . فقد يكون المصدر (A) مثلا الحكومة والمطلق (B) الحزب الذى تمثله الحكومة و (X) السياسة . فإذا كان لدى الحكومة والحزب مبادئ مشتركة أو متشابهة حول السياسة السائدة فانهما سوف يكونا تحت ضغط لعقد اجتماعات مكثفة لمحاولة التوصل إلى اتفاق على (X) أو السياسة المطروحة . أما إذا لم يكن لديهما مبادئ مشتركة فالمطلق (B) سوف يكون أقل حاجة للاتفاق حول السياسة .

ويرى نيوكومب أن توازن النظام يزيد الحاجة إلى الاتصال ويمكن أن نلمس ذلك بوضوح عندما يتغير (X) أو السياسة فإن (B,A) يصبحان في حاجة للاتصال لابتعاد تكيف مشترك بينهما نحو السياسة الجديدة . فقد كان رد فعل الأفراد سريعا حول استقالة هارولد ولسون رئيس وزراء بريطانيا حيث نشأت حاجة لدى الأفراد للتعرف على رأى اصديقهم في هذه الاستقالة وتدور ولسون وقت الحرب . ويعتقد نيوكومب أن ما يدفع الأفراد إلى ذلك هو الرغبة في الوصول إلى تفاهم مشترك نحو الحدث .

ويخلص نيوكومب مما تقدم إلى أن اعتماد الناس على أجهزة الاعلام يتزايد بصورة مستمرة . فكما أن الحكومة يتزايد اعتمادها على أجهزة الاعلام لتقدم سياستها ، وطالما أن السياسة في تغير مستمر نتيجة لتغير

الظروف ووقائع الحياة ، فأتانا نجد الحكومة والشعب (B.A) في حاجة الى اتصال مبيتهر من خلال أجهزة الإعلام^(١) .

وواضح من تجليات : « نيو كويوب » لهلية الإتصال ، بآثره البالغ بنظرية التوازن في علم النفس ، وهي النظرية التي ترى أن الاستجابة لأفرد للمثيرات الخارجية تتأثر بحالته النفسية التي تتسم بالتوازن أو عدم التوازن مع المثير الخارجي^(٢) . وأن النموذج يميل الى تأكيد وجهة النظر التي ترى أن الناس تميل الى مصادر المعلومات التي تساند ممارساتهم الفعلية . وهو بذلك يؤكد على أهمية الممليات «الانتقائية» ودور التوقعات في عملية الاتصال والتي تجعل معظم تأثيرات الاتصال بنوعيه الشخصي والجماعي تتجه الى التديم وتثبيت الآراء والاتجاهات القائمة أكثر من تغييرها ، وهي الافتراضات التي تؤكدتها الكثير من الأبحاث في هذا المجال^(٣) .

ومع ذلك ، فإن وجود اتجاه ووجد أو اتفاق على المبادئ بين طرفي الاتصال ليس شرطاً ضرورياً لدعم كفاءة الاتصال ، كما يفترض النموذج المتناظر والاختلاف قد يتم معالجته من خلال تشكيل علاقات جديدة أو من خلال إيجاد تكيف بين الرؤى المتباينة ، كذلك ، فأننا لا يمكن أن نمنح التمهيمات المتصلة بعلاقات الاتصال بين الأفراد أو حتى الجماعات الصغيرة على علاقات الاتصال في المجتمع ككل ، ذلك أن المجتمع قد لا يكون في حاجة الى التوازن أو التوافق كما هو الحال في المواقف الفردية الصغيرة ، بل على العكس قد يحتاج المجتمع في بعض الحالات درجة من الصراع وعدم التوازن من أجل التطوير والتنمية وهنا يلعب الاتصال دوراً كبيراً في تلبية هذه الحاجة المجتمعية .

وأيا كانت الملاحظات التي يثيرها نموذج « نيو كويوب » فإن هذا النموذج يلفت نظرنا وأن كان بصورة غير مباشرة الى حاجة الناس الى المعلومات التي ينظر اليها في المجتمعات الديمقراطية على أنها حق وضرورة وبدونها ، فإن الأفراد يفتقدون الشعور بالانتماء للمجتمع ، فحين ينبغي أن نحصل على المعلومات الكافية عن بيئتنا الاجتماعية لكي نعرف كيف نصرف أزماننا . وكذلك لكي يتم توحيد رد الفعل إزاء الأحداث الهامة التي يواجهها المجتمع ولرباب الهجوة بين ثقافات المجتمع المختلفة وتحقيق التكامل بين أجزاء الأمة .

(١)

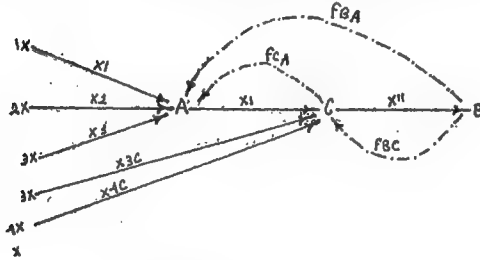
John Aske, Introduction to Communication studies, Op Cit, P. 33.

(٢) جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، مرجع سابق ، ص ٢٤٠ .

(٣) أنظر في ذلك : Joseph, Klapper, The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.

٥ - نموذج وستلى وماكلين (Westly and Maclean's Model):

سمى وستلى وماكلين الى تطوير نموذج نيوكومب السابق عرضه لكي يناسب مع عملية الاتصال الجماهيرى ، وقد انعكس التطوير في جانبين أساسيين : الأول : هو اضافة عنصر جديد هو (C) الذى يشير الى عملية تحرير الاخبار والمعلومات داخل المؤسسة الاعلامية ، وهى العملية التى يتم خلالها اتخاذ قرار حول ماذا وكيف يتم الاتصال . أما التطوير الثانى : فيتمثل في فرد النموذج لكي يأخذ الشكل الخطى المألوف من قبل في النماذج السابقة وذلك كما هو واضح في الشكل التالى (١) :



(تصور وستلى وماكلين لعملية الاتصال الجماهيرى)

وكما هو واضح من الشكل فان (X) أصبحت في نموذج وستلى وماكلين أقرب الى (A) والأسهل تأخذ طريقا واحدا و (A) أصبح أقرب الى وضع الكود كما هو الحال في نموذج شانون وويفر أو لاسويل و (C) له بعض خصائص النقل . كما نلاحظ انشطار (X) لثلاثي يبين طبيعتها المتنوعة أو المتعددة وتتحدد عناصر النموذج على النحو التالى :

١ - ترمز (X) للمؤسسات أو الأحداث التى تقع في البيئة الاجتماعية التى يخبر الاتصال حولها من خلال أجهزة الاعلام ومن ذلك وقوع زلزال أو تغير في الأسعار أو ظهور نتائج انتخابات ... الخ .

٢ - تشير (A) الى دور المصدر ، وقد يكون هذا المصدر فردا أو مؤسسات لديها شيء ما من الحادثة أو الواقعة (X) وترغب في توصيله الى الجمهور بطريقة هادئة أو مقصودة ، هذا المصدر قد يتجدد في القادة

السياسيين ، أو المعلنين أو مصادر الأخبار أو مراسلوا الصحف ووكالات الأنباء ... الخ .

٣ - تمثل (C) المؤسسة الإعلامية ، حيث يتولى العاملون بها اخضاع ما يصل اليها من مواد اعلامية للفحص والانتقاء قبل ان تأخذ طريقها عبر الوسيلة الاعلامية الى الجمهور . وقد تاتي المادة الاعلامية مباشرة دون المرور عبر وسيط المصدر (A) الى المؤسسة الاعلامية . وهكذا فان (C) تعتبر وسيط يتولى التعامل مع كل من (B) و (A) هذا الدور الذي تقوم به المؤسسة الاعلامية قد يمارس احيانا بطريقة غير هادفة أو روتينية لا تحكمه سوى الاعتبارات المهنية الخاصة بالحاجة الى النشر الجماهيري وتلبية رغبات الجمهور .

٤ - تشير (B) الى دور الجمهور ، الذي قد يكون فردا أو جماعة أو حتى المجتمع ككل والذي تتولد لديه الحاجة الى المعلومات .

٥ - (XI) هي الرسالة عن الحادثة كما يصورها (A) و (XII) هي صورة الرسالة بعد اعادة تشكيلها داخل المؤسسة الاعلامية لكي تأخذ طريقها الى الجمهور عبر القناة أو الوسيلة الاعلامية .

٦ - يوجد رجع صدى من المتلقي (B) الى المصدر الاصلى (A) وليضا من المتلقي (B) الى المؤسسة الاعلامية (C) ومن هذه الى المصدر (A).

وللاحظ هنا ان النموذج ينفرد عن النماذج السابقة بعدة مميزات منها (١) : ان العملية الاتصالية لا تأخذ لديه طابعا خطيا كما هو الحال مثلا في النماذج السابقة وانما تأخذ طابعا دائريا حيث يهتم النموذج برجع الصدى (Feed back) وفي حين تشير النماذج السابقة الى نشاط القائم بالاتصال (A) بوصفه نشاطا هادفا أو مقصودا بمعنى أن لديه توجهات تأثيرية نحو المتلقي ، نجد ان النموذج الحالي يشير ايضا الى النشاط غير الهادف الذي تتميز به احيانا عمليات الاتصال عبر وسائل الاتصال الجماهيري .

كما يلاحظ ايضا ان الجمهور (B) فقد أي خبرة مباشرة أو فورية مع الأحداث (X) كما فقد العلاقة المباشرة مع المصدر على النحو الذي كان يصوره « نيوكوب » ، وقد أوضح وستلى ومكلين ان أجهزة الاعلام توسع من البيئة أو الخبرات الاجتماعية التي يحتاجها الأفراد (B) كما توفر المناخ الذي يتم في إطاره حدوث تكيف بين الأفراد والأحداث في المجتمع ، وقد ابقى « وستلى ومكلين » على فكرة « نيوكوب » الخاصة بالحاجة الى وجود توافق مشترك نحو (X) بين المصدر والمتلقي ، على أساس ان توافر هذا العامل

(١) جيهان رشدي الأسمن العملية لتفريعات الاعلام ، مرجع سابق

يعد الدافع الاساسى للاتصال والتفاعل مع رسائل أجهزة الاعلام . ووفقا لتصورات « وسلى ومكلىن » فان (A) و (C) يلعبان الدور الاساسى في العملية ، حيث أن (B) هو متأثر فقط بنتائج نشاطيهما . لقد وسع المحتج الذى نعيش فيه بالضرورة نطاق البيئة الاجتماعية التى نحن فى حاجة الى أن نكيف انفسنا معها . ولذلك فإن احتياج الملقى للمعلومات والتكيف مع البيئة يتزايد ، بيد أن اساليب اشباع هذا الاحتياج كانت دوماً مقيدة ومقصورة على أجهزة الاعلام التى تعد الأدوات المفاحة فقط امام الأفراد لتحقيق احتياجاتهم من المعلومات .

وأيا كانت الافتراضات والتصورات التى يعكسها النموذج فإن ثمة بعض الملاحظات الجديرة بالاشارة هنا :

١ — أن اعتماد الأفراد على أجهزة الاعلام لمدادهم بالمعلومات على النحو الذى يسمى إلى تصويره النموذج ، يتجاهل العلاقة بين أجهزة الاعلام والأدوات الأخرى التى تساهم في تكيف الأفراد مع بيئتهم الاجتماعية ومنها : الأسرة ، زملاء العمل ، جماعة الأصقاء ، المدرسة ، المسجد ، الكنيسة ، النقابات ، الأحزاب السياسية أو كل شبكات العلاقات الرسمية وغير الرسمية والتي من خلالها يتكيف الأفراد مع المجتمع الذين يعيشون فيه بمعنى آخر : أن أجهزة الاعلام وإن كانت تلعب الدور الاساسى في ترويج المعلومات وتوفرها للأفراد فإنها ليست العنصر الوحيد الذى يعتمد عليه الأفراد بالصورة التى يسمى النموذج إلى تصويرها .

٢ — ينطلق النموذج من افتراض مؤداه : أن اطراف العملية الاتصالية لديهم اهتمامات وعلاقات متوازنة في حين أن العلاقة بين الاطراف الاساسية في النموذج (A) و (B) نادراً ما تكون متوازنة أو متقاربة ولا يقتصر عدم التوازن على علاقة الاتصال فقط وما يحكمها من توجهات متباينة ولكن أيضاً قد تتضمن علاقة سياسية بين (A) و (C) حيث يفرض المصدر (A) ضغوطاً سياسية على المؤسسة الاعلامية أو العكس كما هو الحال حينما تطلب المؤسسة الاعلامية على المراسل الصحفي أو المندوبين العمل بوجهة نظر معينة ، ويحدث نفس الشيء أحياناً بين (B) و (C) حينما تتبنى المؤسسة الاعلامية موقفاً سياسياً معيناً وتسعى الى ترويجه لدى الجمهور ، كذلك ، فإن قدرات (C) على العمل تتوقف على ضوء قدرات (A) . في امداد المؤسسة بالمعلومات والتي لا تستطيع أن تعمل بدونها ، ويشير كل ذلك الى أن اطراف العملية لا تعمل بحرية ، وعلاقات متوازنة وانما توجد ضغوط وعلاقات غير متوازنة بينهما على عكس ما يصور النموذج .

٣ — يبالغ النموذج في تأكيد درجة الاتساق والمشاركة في عمليات الاتصال الجماهيرى ، فالقائمون بالاتصال ، وكذا الجمهور يشتركون في العملية بنفس القدر من الاهتمام ، في حين أن واقع الممارسة يكشف أن

كل طرف عادة ما ينفرد في العملية بأهداف وتوجهات قد لا تكون لها علاقة بالطرف الآخر . فاعضاء الجمهور قد يكونوا مجرد متفرجين لما يعرض عليهم من مضامين دونما احتياج حقيقي لل مواد المقدمة التي يعرضها القائم بالاتصال . وكذلك فإن القائمين بالاتصال ، قد لا يكونوا في حالة اتصال حقيقي مع الجمهور وأن توجهاتهم تتجه ليس ناحية جمهور الملقين ، ولكن ناحية رؤساء العمل أو زملاء المهنة أو المصادر التي يحصلون منها على الأخبار (١) . وفي ذلك يتجاهل النموذج خضوع ادوار القائمين بالاتصال ، وكذا اعضاء الجمهور في عملية الاتصال للضغوط المؤسسية والاجتماعية ، وهي الضغوط التي تلعب دورا في تحديد درجة مشاركة كل طرف في هذه العملية فقد يفرض المجتمع مثلا قيودا على القائم بالاتصال لعدم نشر الاخبار التي تمس الأمن القومي ، أو تعرض تماسك المجتمع للخطر ، كذلك فإن الواقع المجتمعي يفرض على الجمهور احتياجات واهتمامات معينة وهكذا .

٦ — نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :

يعد نموذج كاتز ولانز سفيلد لتدفق المعلومات على مرحلتين والتأثير الشخصي من النماذج المهمة التي كانت بمثابة نقلة أساسية لبحوث الاتصال ومفاهيمه ، وقد جاءت الافكار الأساسية التي يقدمها نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين ، لتطور نتائج البحوث المبكرة التي سمحت لبحث تأثيرات أجهزة الاعلام في الحلات الانتخابية وبالتحديد انتخابات الرئاسة الأمريكية عام ١٩٤٠ م .

وقد وجه أصحاح نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين انتقادا حادا لنموذج الاتصال السابقة والتي كانت سائدة في تلك الفترة وتطلق من مبدأ التأثير — الاستجابة التقليدي وبالتالي ما يقوم عليه من افتراضات . فقد ظهر أن التأثيرات الإجمالية التي تركتها رسائل أجهزة الاعلام حول الانتخابات ، كانت ضعيفة ، وأن نموذج التأثير — الاستجابة كان غير قادر على تصوير ما يحدث في الواقع الاجتماعي للجماهير لفترة بمسورة مناسبة أو عملية .

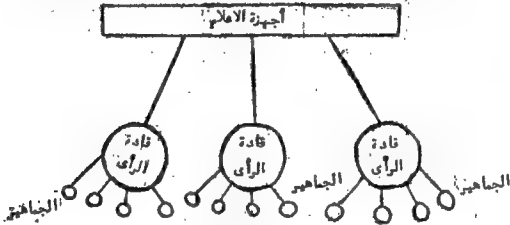
وبتقييم نتائج البحث الذي أجرى على آثار أجهزة الاعلام في حملة

-
- (١) تبين ذلك بوضوح في دراسة ميدانية أجريت على العاملين بالمؤسسات الصحفية في مصر ولزيد بن القواميل انظر :
عبد الفتاح عبد النبي ، سوسيولوجيا الخبر الصحفي ، القاهرة ،
العربي للنشر والتوزيع ١٩٨٩ .
(٢) انظر في ذلك :

Paul. F. Lazarsfeld and others, *The Peoples choice*, N.Y., Columbia University Press, 1948.

الانتخابات الأمريكية لعام ١٩٤٠ ، قام الباحثان بتعديل نموذج (المثمر — الاستجابية) بإدخال فكرة تدفق المعلومات على مرحلتين (Two step Flow of Communication) وكذلك مفهوم قادة الرأي (Opinion Leaders) ونتيجة لما كشفت عنه نتائج البحث من فشل نمبي لأجهزة الإعلام في التأثير على نتيجة الانتخابات في مقابل التأثير القوي للاتصال الشخصي ، افترض الباحثان أن الأخبار غالباً ما تسير من الراديو والصحف إلى قادة الرأي . ومن هؤلاء إلى القطاعات الأقل نشاطاً من السكان .

وقد جرى تتبع هذا التصور بالمزيد من البحوث وبإعادة التنظيم النظري للنموذج الأصلي في كتاب التأثير الشخصي الذي قدمه كاتز ولازر سبيلد عام ١٩٥٥ (١) . ويوضح الشكل التالي نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :



(نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين)

وكما هو واضح من النموذج ، فإن المعلومات تصل أولاً إلى قادة الرأي من أجهزة الإعلام ، ثم من خلال قادة الرأي إلى الجماهير التابعة عبر وسائل الاتصال الشخصي ، في حين أن التصور السابق لعملية الاتصال الجماهيري ، كان يشير إلى أن المعلومات تصل من أجهزة الإعلام إلى الجماهير مباشرة دون وسيط كما هو الحال في النموذج الجديد .

ويثير نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين الافتراضات التالية :

١ — أن الأفراد ليسوا منعزلين اجتماعياً ، ولكن أعضاء في جماعات اجتماعية . كما أنهم يتفاعلون مع بعضهم البعض ولهذا تأثير كبير في تحديد تأثيرات أجهزة الإعلام .

(١) انظر في ذلك :

Katz and Lazarsfeld, Personal influence, Glencoe, Free Press, 1955.

٢ — أن الاستجابة ورد الفعل لمسائل أجهزة الاعلام سوف لا تكون مباشرة وفورية ، ولكن تتأثر بطيئة التفاعل والعلاقات الاجتماعية المسائدة بين أعضاء الجماعة الاجتماعية .

٣ — أن العمليتين يشتملان على جانبين :

الأول — التعرض والانتباه .

والثاني : الاستجابة المثبتة في شكل قبول أو رفض التأثير والتعرض لا يعنى الاستجابة كما أن عدم التعرض لا يعنى عدم الاستجابة (بسبب البطلان التالي من الاتصال الشخصى (١)) .

٤ — أن الأفراد ليسوا متساوين تماما أمام الحملات الاعلامية ، ولكن يقومون بادوار مختلفة في عملية الاتصال ، وبصورة خاصة يمكن أن يكون هناك أفراد أكثر نشاطا في استقبال وخلق الانكسار من أجهزة الاعلام وأفراد أقل نشاطا وتعرضا لأجهزة الاعلام ويستقيمون اتصالا في الحصول على معلوماتهم على الاتصال الشخصى أو قادة الراى كمرشدين لهم .

٥ — أن قادة الراى هؤلاء يتميزون بالتعرض المكثف لأجهزة الاعلام وبالعلاقات الواسعة ولديهم ثقة بالنفس باعتبارهم قادة ومؤثرين على الآخرين وينسب إليهم دور المصور أو المرشد .

وباختصار يمكننا لهذا النموذج ، أن أجهزة الاعلام لا تعمل في فراغ اجتماعى ولكنها تعمل داخل شبكة معقدة جدا من العلاقات الاجتماعية وتشارك مع مصادر أخرى في نقل المعارف والمعلومات إلى الجماهير الصغيرة من الشعب .

وبمع وجاهة الافكار الجديدة التى يصلها هذا النموذج والتى كانت تعد كما اثبتنا — انذاك بمثابة تطويرا مهنا لبحوث الاتصال الجماهيرى ، الا ان شدة بعض الانتقادات التى وجهت الى هذا التصور وتحدد عليها إلى :

١ — قد يكون هناك أكثر من مرحلتين في عملية تناقل المعلومات من أجهزة الاعلام إلى الجماهير . فقد تصل المعلومات أولا إلى بعض الأفراد ومن هؤلاء إلى الذين يدخلون في دائرتهم الاجتماعية ثم إلى الأفراد الأكثر انتمالا وأقل ارتباطا بهم .

٢ — أن مفهوم قادة الراى ، يمكن أن يكون مضللا ما دام لا يعنى هؤلاء الذين تصدر منهم فعلا الانكسار .

٣ — تد يحدث التأثير مباشرة من أجهزة الاعلام على الأفراد المتعرضين لهذه الأجهزة ، وأنه ليس من الضروري أن تتخللها مرحلة قادة الرأي (١) .

٤ — يفترض النموذج موقفا تصبح بمقتضاه أجهزة الاعلام هي المصدر الوحيد للأفكار والمعلومات في حين أن قنوات أجهزة الاعلام قد لا تكون المصدر الرئيسي للمعلومات المتناقلة (حيث قد توفر هذه المعلومات مصادر أخرى مثل المؤسسات المحلية وخبراء التغيير ... الخ) .

٥ — إذا كان النموذج بما يتضمنه من أفكار أساسية يعد ملائما لظروف وواقع المجتمعات المتقدمة ، فإنه في المجتمعات الأقل تقدما ينتقد وجهته حيث يقل انتشار أجهزة الاعلام في العديد من مناطق هذه المجتمعات فضلا عن ما يعترض هذه المجتمعات من أزمات وعدم استقرار .

٦ — النموذج يحدد نقطتين للقادة والاتباع ، ويجاهل فئة الثالثة من الناس وهم هؤلاء الذين لا يتعرضون لأجهزة الاعلام ولا يتناقشون مع هؤلاء الذين يتعرضون لها أي هؤلاء الأفراد غير المشتركين في دائرة الأمتار ، والأفراد غير القادة ليسوا بالضرورة لاتباع . وقد أوضح النموذج أن قيادة الرأي ملحقين أيضا للمعلومات (٢) .

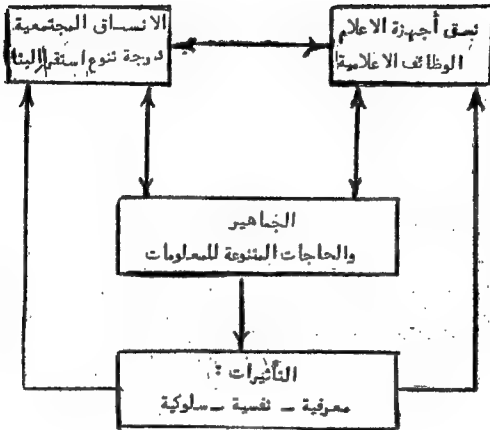
٧ — نموذج الاعتماد المتبادل :

يركز نموذج الاعتماد المتبادل ، الذي وضعه « بول روكتش وديفلير » (B. Rokeach & Defleur) عام ١٩٧٦ ، على الظروف البيئية في المجتمع والتي تتحكم في درجة التأثيرات التي تحدثها أجهزة الاعلام . وفي هذا النموذج ينظر إلى أجهزة الاعلام بوصفها أنساق للمعلومات (Information systems) تعمل أساسا في ظل عمليات : استقرار وتغيير وصراع ، على المستويين المجتمعي والجماعة الفرعية والفردي ويوضح الشكل التالي الأمثلة الرئيسية للنموذج (٣) :

(١) شاهيناز طبعات ، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٠ ص ٢٨ .

Denis McQuail, Op. Cit., P. 51. (٢)

Ball-Rokeach, & Defleur, M.; A dependency Model of Mass Media effects, Communication Research, 3, PP. 3 — 21. (٣)



(نموذج الاعتماد المتبادل لبول روكش وديفليز)

والفكرة الأساسية التي يعبر عنها النموذج تتمثل في أن أفراد الجمهور في المجتمعات الحديثة يتجهون للاعتماد على المعلومات التي تبثها أجهزة الاعلام لتكوين معارفهم وتوجهاتهم آراء ما يحدث في مجتمعهم الخاص . ويتوقف نوع وحجم هذا الاعتماد على طبيعة الاوضاع والظروف البنائية السائدة في المجتمع وبدرجة أساسية على مدى تعرض المجتمع للتغيير ، والاستقرار ، والصراع ، وكذلك الوظائف الاعلامية التي تمارسها أجهزة الاعلام في الواقع الفعلي .

وعلى ضوء ذلك تتحدد التأثيرات التي تحدث والتي قد تتنصن :

- ١ - تأثيرات معرفية مثل : خلق أو إزالة المفوض ، بلورة الاتجاهات تجديد الأولويات ، تعميق انساق المعتقدات ، تطوير القيم .
- ٢ - مؤثرات نفسية أو باحائية مثل : خلق الخوف ، القلق ، تزايد أو تناقص الروح المعنوية (الاقتراب) .

٣ - مؤثرات سلوكية مثل تنشيط أو تهدئة إثارة النفسايا او حلولها ، تقديم أساليب العمل والتصرف في المواقف المختلفة ، أحداث السلوك الخرى ... الخ .

ومن المفيد في تفسير النموذج ، أن نوضح أن العناصر الثلاثة الأساسية : الجمهور ، أجهزة الاعلام ، النسق الاجتماعى ، تعمل في علاقة متداخلة واعتماد متبادل على الرغم من اختلاف طبيعة هذه العلاقة من مجتمع الى آخر ، كما أن كل عنصر يمكن أن يختلف أيضا في طريقة أحداثه للتأثير .

بالنسق الاجتماعى ، يختلف في تأثيراته طبقا لدرجته من حيث الاستقرار . فقد يكون مستقرا تماما ، ولكنه يمر ببعض الأزمات المؤقتة . أو كما هو الحال في بعض المجتمعات النامية قد يكون خاضعا لظروف التغير السريع ، وقد يكون النسق الاجتماعى مستقرا ولكنه يشهد تحد جوهرى في شرعيته ووجوده وفي ظال تلك الظروف ، من المتوقع أن تظهر أهداف جديدة ، وتتحدد اتجاهات وتتدمج قيم قديمة أو حديثة . ويؤدى ذلك الى تنشيط عمليات طرح واستقبال المعلومات .

كذلك ، فإن علاقة أفراد الجمهور بالنسق الاجتماعى سوف تختلف باختلاف التغيرات في الظروف الاجتماعية ، ففى ظل عمليات التغير فإن بعض الجماعات سوف تحصل على مكاسب معينة وجماعات أخرى سوف تخسر بعض مراكزها . ومن المؤكد أن اعتماد الأفراد على أجهزة الاعلام كمصدر للمعلومات سوف يختلف أيضا فجماعة الصفوة مثلا سوف تسعى للسيطرة على هذه الأجهزة وتوجيه عملياتها لتدعيم مصالحها وتصبح هذه الجماعة أقل اعتمادا على أجهزة الاعلام وأكثر اتصالا بالمصادر الأخرى الأكثر تأثيرا ودراية بالمعلومات . في حين تتجه الجماهير من غير الصفوة للاعتماد على أجهزة الاعلام لتزويدها بالمعلومات الضرورية أو على المصادر الشخصية من دوى المعلومات الأقل أهمية .

كما أن أجهزة الاعلام سوف تختلف في مدى تنوعها وقدراتها ومدى الثقة بها ففى إطار بعض الظروف أو في بعض المجتمعات ، فإن أجهزة الاعلام قد تصبح أكثر أهمية في تقديم المعلومات السياسية والاجتماعية من مجتمعات أخرى . كما أن هناك تنوع وتباين في طبيعة الوظائف التى تقوم بها أجهزة الاعلام في المجتمعات المختلفة .

وبصفة عامة يتميز نموذج الاعتماد المتبادل بعدد من الخصائص يمكن بلورتها على النحو التالى (١) .

١ - أن النموذج يفتح مجالاً واسعاً لاجتهادات التأثير وبذلك تحاشى الباحثان اتخاذ موقف مجدّد حول مدى تأثير أو عدم تأثير أجهزة الإعلام في المجتمع ، فهو يقرر فقط أن ثمة احتمال للتأثير ، وأن هذا التأثير يعتمد على مجموعة متباينة من الظروف التي تجتمع في موقف معين .

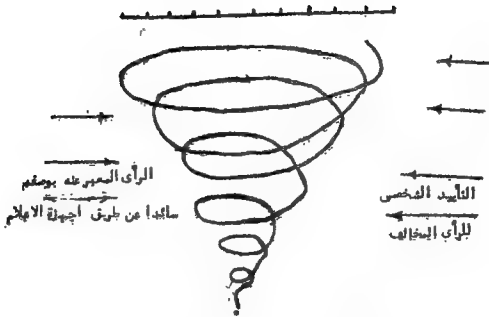
٢ - أن النموذج يوجّه الاهتمام إلى الإوضاع الإنشائية والظروف التجريبية للمجتمع أكثر من الاهتمام الفردية أو الشخصية في تجديد تأثيرات أجهزة الإعلام .

٣ - يؤكد النموذج على حقيقة أن التأثيرات متبادلة فأجهزة الإعلام تؤثر على النسق الاجتماعي ، كما أن النسق الاجتماعي يؤثر على أجهزة الإعلام . وهكذا ، فقد يؤدي ممارسة أجهزة الإعلام لدورها إلى المطالبة بتغيير أو إصلاح وضعية أجهزة الإعلام في المجتمع وتحديد دورها .

وأياً كانت الأفكار التي يتناولها النموذج ، فإن ما يضعف ماعليتيه ، في تقديرنا ، هو مبالغة النموذج في تردد واستغلال العناصر المختلفة لمهلية الاتصال وبالذات استقلال نسق أجهزة الإعلام عن النسق الاجتماعي ، حيث يبدو أن الأول يفهم باعتباره مصدراً طبيعياً غير سياسي قادر على تلبية أية احتياجات يمكن أن تظهر لدى أفراد الجمهور ، أو المجتمع . في حين أن أجهزة الإعلام ترتبط بصورة قوية أو هي تخضع في ممارستها لوظائفها للقوى المسيطرة في المجتمع .

٨ - نموذج عرض الصمت : (The Spiral of silence's Model)

يناقش هذا النموذج الذي قدمته ياحية علم الاجتماع الإنسانية اليزابيث نويل نومان (Elisabeth Noelle Neumann) أسلوب تشكيل الرأي العام وقد سميت اليزابيث إلى تقديم أجابة عن هذا السؤال بتلخيص في التفاعل المستمر بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي ، والبراك الفرد ارايه الخاص في علاقته بالأراء الأخرى في المجتمع . ويصور الشكل التالي الأفكار الأساسية لنموذج عرض الصمت :



(كلما قل التأييد للرأي المخالف أدى إلى حدوث الصمت)

ويستند النموذج في أساسه على الفكرة التي طرحها عالم النفس الاجتماعي « البورت » عام ١٩٣٧ ومؤداهما : أن رأى الفرد الخاص يعتمد على حد كبير على ما يمتدده الآخرون أو بالتحديد على ما يدركه المرء أنه رأى الآخرين .

والمناطق في ذلك هو أن معظم الأفراد يميلون إلى تلافى العزلة أو عدم التفرّد في المواقف والمعتقدات ، ولذلك فإن المرء يراقب بعينه الخاصية لكي يعرف أي وجوبية النظر هي السائدة أو التي تحظى بالقبول والقبول وإبها أقل انتشاراً أو أفولاً . فإذا أيقن المرء بأن وجهة نظره تقع في الغلبة الأخيرة فإنه سوف يكون أقل ميلاً للتعبير عنها لمسبب بسيط هو الخوف من العزلة .

ووفقاً لآراء صاحبة النموذج ، فإن الرأى السائد أو المنتشر يتكون على النحو التالي (١) :

كلما تزايد ادراك الأفراد للاحتياجات القائمة ، فإنهم يسمعون إلى تكوين وجهات نظرهم طبقاً لها ويؤدي ذلك إلى تزايد ظهور الرأى المرتبط بها ويظهر وتزايد الرأى حتى يسيطر . وبناءً على الرأى المخالف إلى الإنجيل والتفاري ، وهكذا ، فإن اتجاه الفرد للظهور برأى معين وكتم الآخر يصبح بداية لميلية جزئية التي تشبكل باطراد رأياً يصبح هو السائد .

(١). انظر في ذلك :

E. N. Neumann, The Spiral of Silence, a theory of Public opinion, Journal of Communication, 24 PP. 43 — 51.

بيد أن أدراك الفرد ومعارفه ليست هي العنصر الوحيد الذي يعمل
هنا ، وإنما تعد أجهزة الإعلام عنصر آخر ، حيث غالباً ما تلعب هذه
الأجهزة الدور الأساسي في تحديد وجهة النظر السائدة . كذلك فإن عنصر
الثلاثا يؤثر في العملية ، وهو درجة التقليد والقبول من الناس في البيئة للراى حيث
يظل الفرد محتفظاً برأيه في نفسه طالما لم يظهر الآخرون اهتماماً بهذا الراى
وكذلك أجهزة الإعلام . ويؤدى نقص التقليد المعبر عن رؤى الشخص الخاص
في الاتصال الشخصى الى غرض الصمت وعدم التعبير عن الراى .

وقد سعت صاحبة النموذج لتأكيد صحة افتراضاتها هذه بالإشارة
الى التغيرات التى حدثت بمرور الوقت في مجالات عديدة للراى العام في
جمهورية ألمانيا الاتحادية . وخلصت بعد ذلك الى وجود علاقة قوية بين مدركات
الراى الغالب وتعبيرات الراى الشخصى والمؤثر هنا للراى الغالب هو آراء
الكتاب والمصحفين ورجال الإعلام . حيث تقوم أجهزة الإعلام من خلال هؤلاء
الأفراد بصياغة تصورات الراى السائد ومن ثم تؤثر على الآراء الفردية
بالطريقة التى يفترضها النموذج .

ويبدو واضحاً أن الأفكار التى عبر عنها النموذج ، وإن كانت ليست
جديدة في حد ذاتها إلا أنها قدمت بطريقة جديدة ، وتشير الى الانتشار
الواسع لأجهزة الإعلام ودورها كمصدر للمعلومات وترويج الأفكار وحقيقة
التفاعل الذى يتم في الواقع بين الاتصال الجماهيرى والشخصى .

بيد أن النموذج يتجاهل الحالات التى يفشل خلالها العديد من الأفراد
في توصيل الآراء الخاصة الى بعضهم البعض ويملكهم الشعور بأنهم ينتمون
الى الأقلية المخالفة ، وفي أحيان كثيرة فإن الأغلبية ربما تقبل بصورة غير ملنية
وجهة نظر الأقلية ، كما أن الأقلية القوية ذات الصوت العالى قد تتمكن من
فرض إجماع زائف أو ما يمكن أن نطلق عليه صمت الأغلبية
(Silent of Majority)

كذلك ، فإن النموذج بصورته الحزونية ، يثير تساؤلاً حول مدى تعبير
الحزونية عن تغير الاتجاه . فالراى المنحرف أو المقيد أو غير السائد يمكن في
تلك ظروف أفضل أن يعاود الظهور والانتشار بسرعة غير متوقعة . كما أن
الأمر الأكثر أهمية والذي يتجاهله النموذج يتحدد في مدى انسجام مضمون أجهزة
الإعلام المختلفة حول موضوعات الراى المفترض سيادته . ويتطلب ذلك
تحليلات مركزة حول مضمون أجهزة الإعلام للتعرف على ما إذا كانت تتعامل
بصورة ملانة ومتكاملة مع المشكلة موضوع الراى . وإذا كانت عملية
تشكيل الراى التى يصورها النموذج تحدث غالباً بصورة مؤكدة وثابتة
حدثت ظروف ومستويات معينة إلا أن مدى حدوثها ما زال غير معروف .

ثانيا : دراسة عملية الاتصال (رؤية محلية) :

اشرنا من قبل الى ندرة محاولات المتنظر المحلى لهم ودراسة عملية الاتصال في المجتمعات العربية(*) . وان عدم توافر قاعدة البيانات او بحوث ميدانية جادة ومتكاملة ، يجعل أى محاولة من جانب الباحث للدخول في هذا المجال امرا بالغ الصعوبة والمتعقيد . ومع ذلك فان ما توافر لدى الباحث من خبرة بحثية امتدت لأكثر من عشر سنوات حتى الآن من العمل بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، واشتراكه في اجراء العديد من الدراسات الميدانية سواء بمفرده او في اطار جماعى حول عملية الاتصال ، يمكن ان يوفر بداية طيبة للاجتهاد في تقديم رؤية محلية تتيح فيها افضل لعملية الاتصال في المجتمع المصرى وتفتح الطريق لاسهامات أخرى جادة في هذا المجال .

وقبل ان نبدأ في بيان معالم هذه الرؤية ، وتحديد العناصر الاساسية الفاعلية في عملية الاتصال ، ينبغي ان نوضح او لعل قد انضح من العرض السابق للنماذج والتصورات السابقة ، اننا امام عملية بالغة التعقيد والتشابك تتداخل فيها عناصر ومتغيرات عديدة ، يصعب على الأقل من الناحية النظرية حصرها وابعازها في نموذج نظرى شمولي ، وتزداد هذه الصعوبة ، على ضوء غموض الواقع الاجتماعى وشدة تناقضه في المجتمعات العربية وحتى اذا تمكن حصر هذه المتغيرات ، فان هذا النموذج سوف يتحول الى صورة يصعب قراءتها . وينقد بالتالى اهم وظائف النماذج وهى التحديد والتبسيط . وبالتالى ، ليس لأحد ان يتوقع من الباحث هنا للتوصل الى نموذج عام ومحدد يفسر عملية الاتصال في المجتمع ، ويتضمن كل العمليات الرئيسية والفرعية المؤثرة في هذه العملية من خلال وجهة نظر واحدة . وانما المتوقع هو اظهار العناصر الاساسية في العملية ومايوجد بين هذه العناصر من علاقات .

لقد تلاحظ وجود قصور في العديد من النماذج النظرية الموجودة في التراث ، وعدم وجود تطابق بين كثير منها وما يحدث في المواقف الفعلية لعملية الاتصال وبالذات الجاهيرية منها ، فمن ناحية اتجهت معظم هذه النماذج الى التبسيط الشديد للعملية واختزالها بصورة مقلّة رغم ما يحيط بها من تعقيد . فالحجج هو ليس مجموعة سلبية من المطلقين ، كما انه ليس كلاً متجانساً ، وان الغالب بالاتصال ليس فراداً وإنما مؤسسة لها ميكانيزماتها وبارومها ، ومن ناحية أخرى تجاهلت غالبية هذه النماذج السياق الذى يعمل فيه الاتصال وتأثيره في توجيه العملية الاتصالية وتحديد نتائجها .

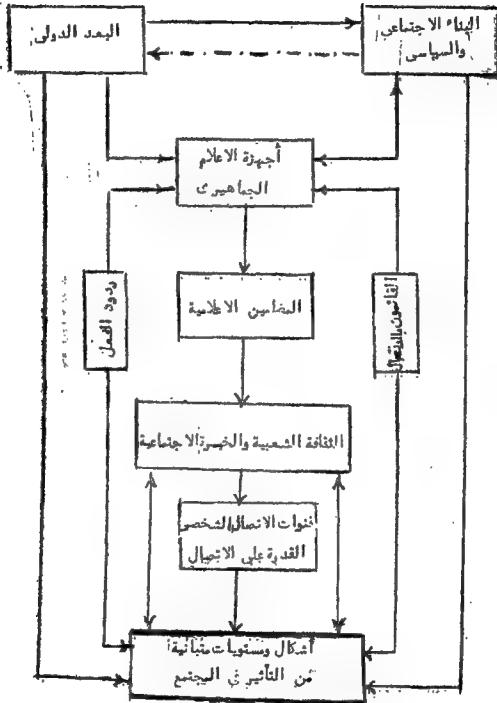
كذلك ، أغفلت هذه النماذج التعرض لأثر البعد الدولى في عملية الاتصال

(*) تنهم عملية الاتصال هنا بنمطها للشخصى والجاهيرى ، لاقتناع لدى الباحث بأهمية التكامل بين النمطين واستحالة فهم أحدهما بعيداً عن الآخر .

نلا يوجد — على حد علمي — نموذج نظري واحد من نماذج الاتصال اهتم حتى الآن بهذا الجانب على أهميته سواء في إطار الواقع الحالي أو ما يستجد مستقبلا من تطورات تكنولوجية جديدة في مجال الاتصال الدولي والبيت المباشر عبر الأقمار الصناعية إلى المجتمعات المختلفة . كما لم تهتم هذه النماذج — في غالبيتها — ببحث مستويات التأثير المقصودة وانسائها ، وكذا الوحدات الواقعة عليها التأثير سواء كانت هذه الوحدات أفرادا أم مؤسسات لم نظما اجتماعية ... الخ . كما لم تهتم هذه النماذج بعملية رد الفعل على أهميتها وبالذات في الاتصال الجماهيري ، وفهمت هذه النماذج العملية على أنها علاقة خطية تتجه من الجمهور إلى القائمين بالاتصال . مع أن الواقع يشير إلى أن الجانب الأكبر من هذه العملية يأتي من جانب القائمين بالاتصال نفسه وليس من قبل الجمهور . وذلك من خلال الأبحاث الميدانية واحتكاكات والملاحظات القائمة بالاتصال وبغضلا عن ذلك ، بالتحديد إلى الفصل بين عمليات الاتصال الجماهيري والشخصي ، وبفضل كل نموذج وصف مكونات كل عملية على حدة ، في حين أن التكامل بين المنهجين في الواقع الفعلي ، أمر وارد (١) . بل أن جانباً كبيراً من مضمين أجهزة الإعلام يتم ترويجها ونقلها عبر أساليب الاتصال الشخصي وبالذات في المجتمعات الريفية حيث تقوم أجهزة الإعلام بتفسيخ وتدميم أنماط الاتصال الشخصي التي تلعب الدور الأساسي في هذه المجتمعات (٢) .

وانطلاقاً مما تقدم ، فإن عناصر النموذج الذي نقف عليه هنا لفهم عمليات الاتصال تمثل العناصر الأساسية لأي عملية اتصال في أي مجتمع بشري بيد أن هذه العناصر ينبغي ألا ينظر إليها بصورة منعزلة أو منفصلة عن بعضها البعض ، وإنما هي في عملية تفاعل مستمرة وحركة دائبة ، تعبر عن العملية الدينامية التي تربط بين كل منها وبعبارة أخرى لا تشير عناصر النموذج المقترح إلى علاقات تفاعل نمطية رتيبة تربط بين وحداته ، وإنما إلى حركة ديناميكية متغيرة تعكس الأوضاع البسيطة في كل مجتمع وما يوجب به الواقع في كل مجتمع من متغيرات ويلعب في إطارها أحد العناصر دوراً مسيطراً على العناصر الأخرى ، وفقاً للظروف البسيطة في كل مجتمع ، وبطبيعة المرحلة التاريخية التي يمر بها . وبالتالي ، فإن محاولة النظر إلى النموذج في إطار العلاقات السببية ، أو تحديد متغيرات مستقلة وأخرى تابعة سوف يوتعننا في إيسار النظرية الاجابية أو التجريبية . ومن ثم فإن أفضل أسلوب للنظر إلى عناصر هذا النموذج تكون في شكل عناصر متكاملة يعتمد كل منها على وجود الآخر . ويظهر الشكل التالي عناصر النموذج المقترح :

-
- (١) انظر على سبيل المثال نتائج بحث الدراسة التالية :
عبد الفتاح عبد النبي ، الإعلام وهجرة المصريين ، دراسة في الدور التنموي . للإعلام ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٨١ .
(٢) المرجع السابق ، ص ٢٨١ .



(العناصر الأساسية لعمليات الاتصال في المجتمع)

ويظهر النموذج ان اجهزة الاعلام الجماهيرى لا تعمل في فراغ اجتماعى ، وانما تدخل هذه الاجهزة مع بقية النظم والمؤسسات الاجتماعية الاخرى القائمة في المجتمع في شبكة محكمة من العلاقات التبادلية فيما بينها . فمن ناحية تخضع هذه الاجهزة في ادائها لوظائفها وفي كلفة عملياتها لطبيعة البناء الاجتماعى والسياسى السائد في هذا المجتمع ، فهو الذى يحدد نمط ملكية هذه الاجهزة واساليب تنظيمها وادارتها ، ويفرض الايديولوجية التى تعمل اجهزة الاعلام في اطرافها ويحدد الوظائف والمهام التى تؤديها في المجتمع . ومن ناحية اخرى يمثل البناء الاجتماعى والسياسى مصدرا من مصادر المعلومات التى تستقى منها اجهزة الاعلام الوثائق والاحداث . ويؤثر بالتالى على نوعية ما يبث عبر هذه الاجهزة من معارف وأفكار .

ومن ناحية اخرى ، فان عمليات اجهزة الاعلام ، تؤثر على الانظمة الاجتماعية السياسية القائمة . وقد أوضح « باى » (Pye) ان اجهزة الاعلام تزود الافراد بالمعلومات السياسية وبجوهر السياسات القائمة . ومن خلالها يمكن تقويم الانشطة السياسية او الاطراف الذى ينبغى ان يربط الحكام بالمحكىمين في النظام السياسى الديمقراطي^(١) . وقد اظهرت الابحاث الميدانية ، ان اجهزة الاعلام تسهم في بلورة الرأى العام وفي توفير قاعدة أساسية لتنظيم المشاركة السياسية او ما يطلق عليه المشاركة الشعبية في الشؤون العامة لمجتمعاتهم عن طريق ابداء الآراء حول القضايا المخططة التى قد لا يهتم بها الافراد في حالة المجتمعات التقليدية او المنعزلة وبحصول الافراد على المعلومات الضرورية حول القضايا والموضوعات المختلفة التى تمس مجتمعهم وعن طريق ابداء الآراء والتعبير عن هذه القضايا ، فان الفرد يصبح طرفا في شبكة الاتصال القائمة .

وهكذا ، توجد علاقة تأثير وتأثر بين اجهزة الاعلام من ناحية والانظمة الاجتماعية والسياسية القائمة في المجتمع من ناحية اخرى ، وان هذه العلاقة ينبغى أخذها في الاعتبار عند فهم عمليات اجهزة الاعلام او تحديد دورها في المجتمع وموقفها ازاء المشكلات المختلفة .

على ان ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية ذاتها ، هو الاكثر اهمية في العملية كلها . حيث من الواضح ان قدرة اجهزة الاعلام على تحقيق اتصال فعال يتوقف على ما يدور داخل هذه المؤسسات . وما تفرضه من قيود وقواعد تنظيمية وبيروقراطية وكذلك ما تفرضه متطلبات العمل والانتاج الجماهيرى من ضغوط السرعة والمنافسة والبعد عن التكرار والاخراج ، والمساحة ، والامكانيات المادية ... الخ . وهى ضغوط تفرض على العمل

Lucian Pye, Communication and Political Development (١)
Princeton, Princeton University Press, 1963, P. 3.

داخل المؤسسات الاعلامية وتؤثر بالتالى على مخرجات هذه المؤسسات وتشكل هذه المخرجات بصورة معينة .

وقد اشار اليوت (Elliot) الى تأثير اساليب العمل داخل المؤسسات الاعلامية على مضمون ما يذاع او ينشر من مواد اعلامية ، حينما تحدث عن الطبيعة المحدودة جدا للمجال الذى تستمد منه مصدر المعلومة التى تذاع عبر اجهزة الاعلام ، فهى محدودة او مقصورة على أفكار فريق العمل ، وما يتوفر لديهم من اتصالات شخصية ، والمعرفة الملائمة بالموضوع ، وما يرد على وكالات الأنباء ، واكد « اليوت » ان المضمون فى النهاية غالبا ما يخضع لاشكال العرض ومتطلباته ، وجذب اهتمام الجمهور اكثر من رغبة نقل أى شيء ذى معنى له (١) .

ولعل ذلك ينقلنا مباشرة الى دور القائمين بالاتصال الجماهيرى والذين يعملون داخل المؤسسة الاعلامية وهؤلاء الافراد كما هو واضح فى النموذج يمثلون حلقة الوصل بين المؤسسات الاعلامية والمجتمع . فمن ناحية ، يرتبط هؤلاء بالمجتمع باعتبارهم اعضاء يعيشون فيه ويستمدون منه انشاءاتهم واصولهم الاجتماعية ، وقد قام المجتمع بتأهيلهم وتقديرهم للعمل داخل المؤسسات الاعلامية . ومن ناحية اخرى تضع المؤسسات الاعلامية قواعد وشروط توظيف هؤلاء الافراد بها وذلك على ضوء بعض الاعتبارات كالمؤهلات المعنوية والمكانة الاجتماعية ... الخ . وتكمن اهمية فهم دور القائمين بالاتصال الجماهيرى وتأثيرهم فى عملية الاتصال فى جانبين الاول : تأثيرهم على اساليب العمل داخل المؤسسة الاعلامية ، وفى عملية انتاج المواد الاعلامية ، والثانى : تأثيرهم على المجتمع والجمهور وذلك على ضوء فهم الجمهور لما يهتمون به من خصائص كالمكانة الاجتماعية والخبر الوظيفية والمصادقية ... الخ .

على ان ما نود ان نلفت النظر اليه ، وتؤكد المعطيات الميدانية (٢) ان هؤلاء الافراد (القائمين بالاتصال) كثيرا ما لا يكونون بفعل اهدافهم والادوار المتبانية والضغوط التى يعملون فى اطارها فى حالة اتصال حقيقى مع الجمهور ، كما تصورهم النماذج عبادة ، وحينما يكونون فى حالة اتصال ، فان توجههم يكون غالبا نحو جمهور خاص ومحدود للغاية ويقتصر فى معظم الاحوال على رؤساء العمل وزملاء المهنة او المسئولين فى الاجهزة

(١) Denis McQuail, Towards A Sociology of Mass Communication Collier Macmillan London, 1980 P. 184.

(٢) انظر المرجع التالى :

ميد المفتاح عبد النبى ، سميولوجيا الخبر الصحفى ، دراسة فى انتقاء ولتر الاخبار القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ ص ٢٢٥ .

المنفذة الذين يستقون ملتهم المعلومات . وإذا سلمنا بذلك ، فإن نسبة احتمال ألا يكون هؤلاء مهتمين بالسعى للتأثير في الجمهور العام أو المتصوّد كما قد لا يكون لديهم تصور محدد عن الجمهور الذي يتوجهون إليه ، مما يضعف من فاعلية الاتصال .

ويخرج المضمون الاعلامي من الوسائل الاعلامية الى الجماهير ، على ان هذه الجماهير المتعددة والمتنوعة المصالح والاهتمامات ، تتلقى هذه المضامين في اطار ثقافة شعبية معينة وتضند بالثقافة الشعبية مجموعة الأفكار البسيطة التي تنتشر بين عامة الشعب وتعبّر عن النفسية الاجتماعية لرجل الشارع ومشاعره والخاسيس والسياسات تفكر الناس وتعكس ظروف حياتهم ونمط تفاعلاتهم اليومية مع بعضهم البعض ومع البيئة .

وتتشكل الثقافة الشعبية بهذا المفهوم ، الصورة النمطية (Stereotype) التي تتلقى وتفسر الجماهير على ضوءها المضامين الاعلامية ويتبنون بتلويحها بصورة تلقائية وانفعالية وفقا لتصوراتهم ووقائعهم واهتماماتهم واحتياجاتهم ، وتطبع هنا الخبرة الاجتماعية للفرد وسماته الشخصية والاجتماعية للنور الأساسي في تحديد امكانياته في التفرغ للمضامين الاعلامية وفي درجة تكلّوه بهذه المضامين بصورة مباشرة .

وكما هو واضح من النموذج ، فإن المضمون الاعلامي ، قد يصل مباشرة الى الأفراد في المجتمع أو يمر عبر مستويات الاتصال الشخصي التي تلعب دورا بالغ الأهمية - كما يصور النموذج - في نقل المضامين الاعلامية وفي تدعيم أو إعاقة نشر هذه المضامين وتحديد كفاءتها التأثيرية . وقد أنضج هذا الدور من خلال دراسات عديدة منها على سبيل المثال ، الدراسة التي أجراها « بول نيوراث » على برامج الراديو في قرية هندية . فقد وجد « نيوراث » أنه في المواقف الضابطة حيث كان المستمعون أشخاصا في وضع عادي لم تهازل هذه البرامج أي تأثير ولكن حينما نظمت جلسات الاستماع وأديرت ملتقيات حول البرامج بعد إذاعتها مباشرة أصبحت هذه البرامج تأثيرا كبيرا وأصبح أغلب المستمعين الاقتراحات التي تقدمها (١) .

ويذهب البعض الى أن عضوية الجماعات الصغيرة الأولية كالأسرة ، والدائرة الحميمية من الأصدقاء ، أقوى تأثيرا في تقرير قيم الفرد واتجاهاته وسلوكه من أي تأثيرات تقوم بها أجهزة الاعلام فليجأ الأفراد الى هذه الأجهزة مسعيا وراء ما يريدونه وليس ما تريد وسائل الاعلام أن تحدث فيهم من أثر . وللأفراد في ذلك خيار فسحّم نظرا لتعدد وسائل الاعلام وكثرة

(١) نقلا عن محمود عودة ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي ، مرجع سابق ، ص ١١٢ .

وحداتها . كما أن للأفراد دفاعاتهم فهم يدافعون عن معتقداتهم الراسخة كما يميلون للاعتماد على مفاهيم الاجتماعية وارشديهم الخصوصيين ، وتعمل القنوات الشخصية للاعلام جنباً مع وسائل الاعلام وتقوم بتصفية الرسائل الصادرة من هذه الوسائل ، ولنا كل فرد مقهوراً في شبكات من الاتصال الشخصي فان نجاح أى رسالة صادرة عن أجهزة الاعلام يتوقف على مدى تليد البيئة الاجتماعية أو الشبكة أو معارضتها للرسالة (١) .

وتتأثر قنوات الاتصال الشخصي كما هو الحال في قنوات الاتصال الجماهيرى بالعديد من المتغيرات فهى أولاً : تتأثر بما يتوافر لدى الأفراد من قدرات على الاتصال والتفاعل مع بعضهم البعض وهى القدرات التى تتحدد على ضوء السمات الشخصية ، والمكانة الاجتماعية / الاقتصادية للفرد ، والنور الذى يلعبه في الحياة العامة ، كما تفرض القيم الثقافية النائدة وطبيعة البناء الاجتماعى والسجل التأثيرات الفاعلة أيضاً على قنوات الاتصال الشخصى .

وعلى ضوء خصائص المضمون المقدم ، ونظ الثقافة الشعبية السائدة التى يتداول المضمون خلالها ، والخبرة الاجتماعية لأعضاء الجمهور ومساهماتهم الشخصية والاجتماعية وخصائص البناء الاجتماعى وهى التفاعل ومساندة قنوات الاتصال الشخصى ، تتحدد أنواع ومستويات التأثير في العملية الاتصالية . فقد تأخذ هذه التأثيرات شكل تأثير رؤى وطموحات الأفراد أو زعومة مجموعة من القيم والاتجاهات السائدة وإبراز قيم أخرى أو الحد من كثافة اتجاهات معينة . وقد تأخذ التأثيرات شكل تدعيم بعض القيم والاتجاهات ، وقد يقتصر التأثير على تزويد الأفراد بالمغنازيم والمعلومات . وقد يمتد ليشمل ظسكلى الآراء والاتجاهات وضعف المناسبات السلوك ، وحول مستوى التأثير ، قد يتحدد هذا المستوى في الفرد أو في اتجاهات الاجتماعية أو اللظم الاجتماعية أو المجتمع ككل ، وقد تأتى هذه التأثيرات اتية وعاجلة وقد تأخذ صورة مراكمية وممتدة . وكما هو واضح في النموذج فان هذه التأثيرات تؤثر بدورها على الثقافة الشعبية والخبرة الاجتماعية للأفراد تدعيمها أو ضميراً فان هناك علاقة جدلية بين الثقافة والاتصال ، والثقافة الشعبية تؤثر على الطريقة التى يتعامل بها الأفراد مع أجهزة الاعلام ، كما أن مضامين هذه الأجهزة ونتائج عملياتها يؤثر في الثقافة السائدة وهكذا .

على أننا نعود فنؤكد أن التأثيرات التى تتركها عمليات الاتصال بمنهجها الشخصى والجماهيرى تظل محكومة بصرامة بالبناء الاجتماعى

(١) عبد العزيز شرف ، ووسائل الاعلام وهندسة الماديات والتقاليد ، مجلة المنهل ، المبدد ٤٦٣ ، السنة ٥٤ ، المجلد ٢٩ ، مايو ١٩٨٨ ص ١٤ .

والمسياسي والثقافي ، الذي يعيش في إطاره الفرد ، فقد يعجب الفرد بفكرة جرى نطقها اليه خلال العملية الاتصالية ، ولكنه لا يتمكن من ممارستها لضغوط قد يتعرض لها بفعل عوامل قد تتعلق بالإمكانات أو مجموعة القيسم والمعايير والأعراف السائدة بين الجماعات الاجتماعية التي يتعامل معها الفرد وان كان ذلك لا يمثل حكما علما ، حيث أن الأمر سيختلف باختلاف نوعية الأفكار والتصرفات المطروحة وأيضا باختلاف الأفراد من حيث السمات الشخصية والاجتماعية ومدى التزامهم بمعايير الجماعة ومع ذلك وبافتراض عسدم توازن الإمكانات المساندة للفرد أو شدة ولاته لمعايير الجماعة فان الفكرة تظل كائنة لديه حتى تنهيا له الظروف لممارستها .

ويعد قياس رد الفعل للرسائل الاعلامية التي توجهها أجهزة الاعلام الى الجمهور من اهم العمليات المؤثرة في عملية الاتصال ولا تقل أهمية عن دور القائمين بالاتصال في العملية كما يصور النموذج ، فاذا كان رد الفعل في الاتصال الشخصي تلقائيا ومباشرا ويستطيع القائم بالاتصال على ضوء ردود افعال الملقى تغيير وتكييف منبهاته باستمرار مما يحقق دعسا وفعالية اكبر لهذا النوع من الاتصال ، فان الأمر جد يختلف في الاتصال الجماهيري فالقائمين بالاتصال الجماهيري ليسوا على اتصال مباشر بالجمهور وفي اغلب الأحوال ليس لديهم معلومات كافية عنه ، كما أن هذا الجمهور غير متجانس ومتباعد ويعيش في اطار ظروف ولواضع متباينة وما لم يكيف القائمون بالاتصال رسائلهم باستمرار وفقا لهذه المتغيرات فمن المحتمل فشل عملية الاتصال برمتها .

على أن أغلب نماذج الاتصال ، قد اختزلت هذه العملية — على اهميتها — في مجرد خط يتجه مؤشره من الجمهور الى القائم بالاتصال متجاهلين بذلك أن هذه العملية يقوم بها في الأساس أو هي على الأقل مسئولية القائمين بالاتصال انفسهم أو المؤسسة الاعلامية التي يعملون بها حيث تلعب الأبحاث والمسوح والدراسات التي تقوم بها المؤسسة على الجمهور دورا في توفير بيانات حول رد فعل الجمهور لرسائل هذه المؤسسة . ومن هنا يصور النموذج هذه العملية في خط ذي مؤشر مزدوج ، حيث قد يأتي رد الفعل من أعضاء الجمهور الى المؤسسة الاعلامية أو تقوم المؤسسة بنفسها بهمة التعرف على رد الفعل لدى الجمهور . وتكن أهمية ذلك في توجيه الانتباه الى ضرورة قيام المؤسسات الاعلامية — باستمرار كمهمة أساسية — بإجراء الدراسات والمسوح للتعرف على خصائص جمهورها وزدود أفعالهم تجاه رسائلها وعدم الاكتفاء بانتظار قدوم رد فعل الجمهور اليها بالطرق التقليدية أو بمبادرة من الجمهور ذاته حتى يمكن رفع كفاءة الاتصال .

فاذا انتقلنا الى البعد الدولي في النموذج ، نجد أن هذا العنصر ،

الذى تجاهلته حتى الآن معظم نماذج الاتصال على خطورته يمارس دورا مباشرا ومؤثرا في العملية الاتصالية من خلال علاقته بثلاثة عناصر أساسية في النموذج وهي : البناء الاجتماعى والسياسى والمؤسسية الاعلامية ، والمجتمع كفراد ، وذلك في اطار علاقات القوى السائدة في عالم اليوم ، وممارسة العول الكبرى والمتقدمة نفوذا متزايدا على المجتمعات الاقل تقدما . وبصفة عامة يمكن القول ان البعد الدولى يؤثر في عملية الاتصال من خلال اربعة ابعاد اساسية : البعد السياسى الايديولوجى ، البعد الاقتصادى التكنولوجى ، البعد التنظيمى او المؤسسى ، البعد الاعلامى المباشر .

فمن الثابت انقسام العالم الى دول متقدمة واخرى اقل تقدما ، وان هذه الدول المتقدمة ، تحاول في تعاملاتها مع الدول الاقل تقدما فرض توجهاتها السياسيه والفكرية ، والتأثير في نظم ومؤسسات الحكم في المجتمع التامى ، ويبدو التأثير واضحا في هذا المجال في تدخل هذه الدول بصورة مباشرة أو غير مباشرة في تحديد طبيعة وضعية أجهزة الاعلام وبالذات فيما يتعلق بنمط الملكية وأساليب اداء أجهزة الاعلام وتوجهاتها الايديولوجية بحيث تتفق مع نظم وأساليب ادارة هذه الأجهزة في الدول المتقدمة على تنوعها .

أما فيما يتعلق بالبعد الاقتصادى التكنولوجى ، فاننا نجد ان السوق الرأسمالية العالمية تمارس دورها في تزويد المؤسسات الاعلامية بالوسائل التكنولوجية واذاوات الاتصال الحديثة التى تؤثر بصورة مباشرة على كفاءة عملية الاتصال في المجتمع المحلى . ويرتبط البعد التنظيمى او المؤسسى بالبعدين السابقين ، ويتمثل في الرابطة التى تربط بين المؤسسات الاعلامية المحلية والمؤسسات الاعلامية العالمية ووكالات الأنباء وشركات الاعلان والاتصال الدولية . وطبيعة العلاقات الثنائية بينهما ، حيث تمارس المؤسسات الدولية صفة عامة سواء بطريق مباشر أو غير مباشر دورها في التأثير على المؤسسات الاعلامية المحلية^(١) عن طريق التحكم في تزويدها بالبيانات والمعلومات اللازمة حول الأحداث والوقائع التى تنور في مختلف انحاء العالم ، بل وفي كثير من الأحيان بالمعلومات المحلية التى تعجز أجهزة الاعلام المحلية نتيجة لضعف إمكانياتها المادية أو لسوء عمليات التنظيم والإدارة أو بفعل عمليات التنديد والتوجيه الصارمة التى تتعرض لها هذه الأجهزة في العديد من بلدان العالم الثالث .

أما البعد الرابع ، فيتمثل في البث المباشر ، سواء من خلال الصحف

(١) للوقوف على عرض مفصل لطبيعة هذا التأثير وعلاقة التبعية التى تربط المؤسسات الاعلامية المحلية بالمؤسسات الأجنبية . انظر :
عواطف حميد الرحمن ، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية في العالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

الأجنبية الوافدة أو الإذاعات الدولية ، أو البث التلفزيوني عبر الاتصال الصناعي . وتؤثر هذه المضامين على ثلاثة عناصر أساسية في العملية الاتصالية ، العنصر الأول أجهزة الاعلام المحلية حيث عادة ما يستنفذ جانباً كبيراً من جهد هذه الأجهزة في إزالة آثار المضامين الوافدة وبالذات غير المرغوبة أو المناهضة لسياسة الدولة ، والعنصر الثاني ، على قنوات الاتصال الشخصي ، حيث تتولى هذه المضامين الوافدة تغذية هذه القنوات بالمعلومات والوثائق وبالذات تلك التي تتجاهلها قنوات الاعلام الرسمية ، المحلية ، أما العنصر الثالث فيتعطى بالجمهور حيث تترك المضامين الأجنبية تأثيرات مباشرة على الجمهور المحلي .

ومن الجدير بالذكر ، أنفاعلية وتأثير المحاور الأربعة المتعلقة بالبعد الدولي ، تتوقف على طبيعة نظم الحكم المحلية وأساليب الحياة الثقافية لهذه المجتمعات حيث أن المؤسسات الإعلامية في بلدان العالم الثالث وقنوات الاتصال الشخصي ، وأفراد الجمهور في هذه المجتمعات ليسوا متلقين سلبيين للتأثيرات القادمة من قنوات الاتصال الدولية وإنما تلعب نظم الحكم والخصوصية الذاتية والثقافة الشعبية دوراً مهماً في تحديد مدى الدور الذي تلعبه هذه القنوات وفي عمق تأثيرها على جمهور هذه المجتمعات وفعالية الاتصال بها بمسألة عامة .

الفصل الثالث

تكنولوجيا الاتصال (المهامية والتوظيف)

الفصل الثالث

تكنولوجيا الاتصال (المهنية والتوظيف)

أظهر العرض السابق لمهنية الاتصال وعملياته ، أن الاتصال على اختلاف أشكاله ومستوياته يتحقق من خلال وسيط ، هذا الوسيط يلعب دوراً مهماً في عملية الاتصال والتأثير على نتائجها (*) . وبهذه الطريقة ، هو تسليط الضوء على هذا الوسيط التكنولوجي ، ومحاولة التعرف على ماهية تكنولوجيا الاتصال وخصائص هذه التكنولوجيا وحلولاتها الثقافية وأسلوب توظيفها في الحياة العامة كمدخل يساعدنا فيها بعد على فهم طبيعة العلاقة بين هذه التكنولوجيا والثقافة المحلية وهو الهدف الأساسي من هذا العمل .

١ - مفهوم تكنولوجيا الاتصال :

يشير معجم اللغة الإنجليزية (oxford dictionary) أن كلمة (Techni) تعني أسلوب أداء أو المهنة ، وأن كلمة (Technology) تعني العلم الذي يدرس تلك المهنة ، وترتبط كلمة تكنولوجيا في ذهن العامة بالأدوات والآلات المتطورة الحديثة التي يبتكرها الإنسان لتدعيم قدرته على التواصل مع البيئة التي يعيش فيها (١) . فالإنسان لديه قدرة على البصر لكن هذا البصر الاتسالي محدود ، فمعى الاتصال إلى اختراع أداة أو وسيلة يستطيع من خلالها أن يلاحظ بدقة الأشياء المتناهية في الصغر أو تلك التي تقع على مسافات بعيدة ، فكان ابتكار أدوات الميكروسكوب والتلسكوب وغيرها ، كما يوجد لدى الإنسان جهاز السمع ولكنه أيضاً محدود وقاصر فمعى إلى ابتكار وسيلة تمكنه من سماع الأصوات التي تصدر على بعد آلاف الكيلو مترات ، فجاء اختراع الراديو والتلفزيون وغيرها ، وهكذا يشير مصطلح التكنولوجيا إلى مجمل الحلول أو الطرق أو الوسائل التي يستخدمها الإنسان في تلبية احتياجاته ومعالجة ما يواجهه من مشكلات في حياته اليومية .

(*) في الاتصال الشخصي مثلاً ، تعد اللغة ، والاشارات ، والرموز والخطابات وشريط التسجيل ... الخ وسيطة تكنولوجية لتحقيق الاتصال كما تعد الصحف ، والراديو ، والتلفزيون ، والسينما والكتب ... الخ وسائط تستخدم في مجال الاتصال الجماهيري .

(١) إبراهيم السمان ، تعامل غير متوازن ، مجيئة العربي ٢ مايو ٢٠٠١

وقد شاع استخدام مفهوم التكنولوجيا في الآونة الأخيرة في العديد من الكتابات ، بيد أن المدق في هذه الكتابات - عل اختلافها يلاحظ تساوت نظرتها الى هذا المفهوم وتراوح استخدامه بين النطب يق الذي يقصر المفهوم على مجرد الطريقة أو الأداة التي يستخدمها الإنسان في عمل أو عملية ما وإشمول الذي يوسع من نطاق المفهوم ليشمل مجموع الآلات والأنظمة ووسائل السيطرة والتجبيح والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات ... الخ كما يلاحظ أن البعض قد يقصر إطلاق هذا المفهوم على الاختراعات والتقنيات الحديثة وبالذات المستوردة من الدول المتقدمة في حين قد يشير مفهوم التكنولوجيا لدى البعض الآخر الى كل الاختراعات والتقنيات الحديثة والقديمة التي يستخدمها الإنسان في تلبية احتياجاته اليومية ، وبذلك ، فإن المحراث اليدوي الذي يستخدمه الفلاح في حرث الأرض ، والشالونف الذي يستخدمه في رفع المياه وري مزروعاته ، تعد أدوات تكنولوجيا تلبى للفلاح حاجته للزراعة ، وتساعده على حل المشكلات التي تواجهه في هذا المجال مثلما هو الحال مع المحراث الآلي ومكنية الري بالاختلاف بين الآتين ، المحراث اليدوي والمحراث الآلي هو اختلاف في القدرة على الأداء ، والكفاءة في تلبية الاحتياجات وتعالجة المشكلات . كذلك ، فإن قرع الطبول ، أو إشعال النار ، أو الصعود الى المآفنة للأذان أو الكتابة على الحائط تعد فنون تكنولوجيا تستخدم في مجال الاتصال ونقل المعاني للآخرين تلبى مطلبها هو الحال مع الراديو أو التلفزيون أو الصحيفة ... الخ . ومع اختلاف القدرات بينها ، إلا أنها جميعا تعد أدوات تكنولوجيا كان وما يزال يستخدمها الإنسان لتلبية رغباته في الاتصال وتحقيق التكامل مع الآخرين .

ويترك البعض بين التكنولوجيا والعلم تكنولوجيا من معرفة الوسيلة في حين أن العلم هو معرفة العلة (١) . ويرى « سيد عويس » أن التكنولوجيا نشأت مستقلة عن العلم طوعها الإنسان بالتجربة . لقد عرف الإنسان مثلا تكنولوجيا التعدين كاستخلاص الحديد والنحاس والذهب وغيرها من خلائقها قبل أن يلم بالمعارف العلمية التي تستند عليها عمليات الاستخلاص . وعرف الإنسان الفلاحة واختيار المحاصيل وتربية الحيوان قبل أن يلم بالمعارف العلمية من دوره حياة النبات وعلوم الوراثة . بيد أنه يرى أنه مع التقدم السريع الذي أحرزته البشرية في مجال العلوم أصبحت العلاقة بين العلم والتكنولوجيا علاقة وثيقة عطاء واخذا ، فقد قامت مثلا تكنولوجيا الاتصال عبر الأنهار الصناعية على أساس من نتائج علوم الفضاء

(١) فلاح مستفيد جبر ، مشكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ ص ٥ .

والفلك والالكترونيات ، كما أن هذه التكنولوجيا قد زادت من قدرة هذه العلوم على ارتياد مجالات أوسع وأعمق (١) .

وفي مجال الكتابات الاعلامية كثيرا ما تظهر كلمة التكنولوجيا مقرونة بكلمة أخرى كالمعلومات أو الاعلام أو الاتصال ... الخ . يقال تكنولوجيا المعلومات أو تكنولوجيا الاعلام أو الاتصال ، وهي قد تشير لدى البعض الى تلك الأدوات التي تستخدم في تدعيم قدرة الانسان على نقل المعلومات وتبادلها مع الآخرين وقد يمتد المعنى لدى البعض الآخر ليشير الى النشاطات الخاصة بإنتاج وتشغيل وتخزين ونقل ومعالجة ونشر المعلومات وهي العمليات التي تتضمن النشاطات التطبيقية كالأبحاث والدراسات والمكتبات والطباعة والنشر والتليفزيون والإذاعة والصحافة ، وكذا النشاطات المستحدثة كالأستشعار عن بعد والاتصالات الهاتفية والطرفية وأجهزة الكمبيوتر وتخزين المعلومات واسترجاعها (٢) .

وأيا كان الأمر ، ومع ادراكنا لأهمية دراسة تكنولوجيا الاتصال بوصفها مجمل المعارف والخبرات التراكمية والمتساحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في نقل وتبادل المعلومات بين الأفراد والمجتمعات إلا أننا في إطار أهداف العمل الراهن ومتطلباته فإن مهمتنا لتكنولوجيا الاتصال سيقتصر على أساس أنها : « الوسيط المستخدم في نقل وتداول المعلومات والأفكار بين الأفراد في المجتمع » .

وتكنولوجيا الاتصال بهذا المعنى قد تطورت تطوراً كبيراً وتصدت أنواعها ومجالاتها حتى أصبح العالم الذي نعيش فيه في الوقت الحاضر يتقلص ويتضائل يوماً بعد يوم وربما لحظة بعد أخرى ، وأصبحت المعلومات عن هذا العالم تكاد أن تكون متبادلة بين المجتمعات الإنسانية على اختلافها وذلك بفضل ما استحدثت من فتوحات علمية تكنولوجياية في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية والأتمار الصناعية وغيرها وتزايدت حدة المنافسة بين الدول الصناعية الكبرى في مجال تطوير أجهزة الاتصال إرسالاً واستقبالاً وشملت هذه المنافسة أجهزة الراديو وأجهزة الاستقبال التليفزيوني وأجهزة الفيديو وكاميرات التصوير ، والنقل التليفزيوني وآلات الطباعة الإلكترونية والمستقبلات الهوائية وكاميرات البث التليفزيوني وأجهزة التقاط المعلومات والإرسال

- (١) مسيد عويس ، علم الاجتماع في المجتمعات النابتة بين الاستقلال والتنمية ، في اشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربي ، مؤلف جماعي ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢١٨ .
- (٢) انطوان زحان ، الشروط الواجب توافرها لمشراكة عربية في التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربي ، عمان ١٩٨٦ ص ٢٢ .

الأداعي والأخبار الصناعية كوسيلة لتبادل الإرسال والابث المباشر بين المناطق الجغرافية المختلفة

ويفيد هنا أن نسلط الضوء على بعض الوسائل التكنولوجية الكبيرة ، والصغيرة المستخدمة في مجال الاتصال :

(١) تكنولوجيا الاتصال الكبيرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصال الكبيرة تلك الوسائل المستخدمة في نقل المعلومات وتداولها على نطاق جهايزى واسع ويقف خلفها تقنيات مؤسسية تمولها وتدبرها وتوجه مضامينها أو بمبادرة أخرى ، هي الوسائل التى تشكل نظام الاتصال المركزى فى المجتمع ومن هذه الوسائل :

١ - الصحف :

الصحيفة مطبوع دورى يصدر بصفة منتظمة تحت عنوان ثابت وفى موعد محدد ويتولى هذا الإصدار هيئة أو مؤسسة أو دار نشر ، تضم فريق من العاملين لكل منهم مهام محددة وتحمل الصحف الرسائل فى شكل كلمات مطبوعة توضع فى نظام وتسلسل خاص كما توضع الرسائل فى شكل بنسقي جذاب ، وتجه الصحف برسائلها المتنوعة التى تحملها الى هؤلاء الأفراد الذين يعرفون القراءة ، وهي بذلك ، تتطلب وجود مستوى ثقافى معين لدى الفرد المتلقى .

وتعد الصحف أقدم وسائل الاتصال الجماهيرى قاطبة حيث يعود بداية الاتصال المطبوع الى منتصف القرن الخامس عشر حينما اخترع جوتنبرج الطباعة بالحروف المتحركة (١) وظلت الصحف منذ هذا التاريخ فى نمو متطرد لا تتف دونه عوائق يهدمها العلم والاختراع بكل ما يدفعها قدما الى الأمام بداية من تطور الطباعة الى تقدم وسائل المواصلات حتى بلغت مكائنها الحاضرة ، وما زال العلم والتكنولوجيا يزودانها بالفخالة والزيوع والانتشار حتى غدت فى الوقت الحاضر صناعة ضخمة متميزة لها أصولها الفنية والإدارية والتحريرية .

وتتعدد أنواع الصحف فهناك الجريدة اليومية والمجلة الأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية ، وهناك الصحف العامة والأخرى المتخصصة ، ولكل نوع من هذه الأنواع أدوار معينة فى نقل الرسائل الإعلامية (٢) . فإذا كانت

(١) خليل صابات ، وسائل الإعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة الانجوى المصرية ، ١٩٧٦ ص ٣٦ .

(٢) حسين فوزى المنجار ، الإعلام المعاصر ، سلسلة اقرا ، يناير ١٩٨٤ ، ص ١١١ .

الصحيفة اليومية تنقل الى القارئ صورة سريعة لوقائع الحياة اليومية ، فان المجلات - كل في ميدانها - تزود القارئ بالمعارف والمعلومات والتحقيقات المتعمقة لحدث من الاحداث لا تحتل الصحيفة اليومية الافضا أو الامام بكل نواحيه . كما ان المجلات المتخصصة ، تزود الفرد بكل جديد فيها تخصص فيه من العلوم والآداب والفنون .

ومع هذا التنوع في ادوار الصحف ، فانها جميعا تنفرد عن بقية وسائل الاعلام بعدة مميزات وخصائص منها :

١ - القدرة على تقديم حزمة من المضامين المتنوعة والمسببة ووجهات النظر المختلفة في آن واحد .

٢ - اتاحة الفرصة امام الملقى للسيطرة على توقيت التعرض بالطريقة التي تناسبه لقدرة الصحيفة على الاحتفاظ بالمعلومات .

٣ - توفر عنصر المشاركة الايجابية بين الملقى والمادة الاتصالية ، حيث تتطلب عملية القراءة تشابها وتركيزا معينا من جانب الفرد .

٢ - الراديو :

الراديو وسيلة من وسائل الاتصال بالجماعة ، تتألف من جهازين الاول : اكثر ضخامة وتعقيدا للبث الاذاعي أو محطة ارسال عادة ما تديرها هيئة أو مؤسسة حكومية ، يتم من خلال هذه المحطة تركيب الصوت البشرى أو الرسائل التي يراد نقلها الى الأفراد على موجات كهرومغناطيسية متنوعة التردد من حيث الطول والقصر ، وتمسخر هذه الموجات حاملة الرسالة الصوتية الى مسافات مبهلنة من الكرة الأرضية وفقا لطول ترددها متخطية الحواجز والعقبات . والثاني : جهاز استقبال يحوزه الفرد يتم من خلاله تنقية الضوضاء البشرية من الموجة الحاملة وسماعة بصورة طبيعية . وتتمدد قنوات الارسال الاذاعي ، كما تتمدد الرسائل التي تحملها الى الأفراد . ويستطيع الفرد الملقى من خلال جهاز الاستقبال الانتقاء من بين هذه القنوات الرسائل التي يرغب في التعرض لها تماما مثلما هو الحال في الصحيفة .

ويستطيع الراديو بما يتميز به من خصائص من الوصول الى مختلف الجماعات الاجتماعية على تباين مواقعها ومستوياتها الاجتماعية والثقافية كما انه وسيلة تتميز بالبرونة وسهولة الاستخدام والوفرة في نقل الاحداث في التو واللحظة ، وساعد اختراع الترانزستور على سهولة حمل الراديو ومصلحيته للفرد في تجواله وترحاله . ويتيح استخدام المؤثرات الصوتية ، والموسيقى ، والجوار المزيج من الجاذبية والحوية في الرسائل التي

يقدّمها الراديو (١) . وفضلا عن ذلك ، فإن الراديو يفنود بميزة اتاحة الفرصة للفرد للاستماع والمشاركة في عملية الاتصال دون تفرغ تام ، وهو ما لا يتيحه بقية وسائل الاتصال الأخرى .

٣ - التلفزيون :

التلفزيون هو تطوير تكنولوجى للراديو ، حيث تستطيع أجهزة الإرسال والاستقبال التلفزيونى أن تنقل الصوت والصورة معا والاختلاف بين التلفزيون والراديو هو اختلاف في طبيعة الاهتمام والتركيز أثناء التعرض ، وفي درجة التمتع والتكلفة التى يتطلبها بالمقارنة بالراديو . وقد أصبح التلفزيون يحتل مكانة مرموقة بين أجهزة الاتصال الحديثة . وفي حياة المواطن المعاصر . فقد ارتفعت هوائيات أجهزة التلفزيون في كل مكان ، وادى ظهور أجهزة أخرى مكّنة له كالفيديو والشرائط المتحركة ، وشاشات التكبير والهوائيات بموتوراتها التى توجهها لالتقاط برامج من محطات نائية واقمار البث المباشرة إلى زيادة فاعلية التلفزيون كإداة من أدوات الاتصال الجماهيرى ، تستطيع منافسة الراديو في المدى والبعد لتجعل من الكرة الأرضية داخل مدى الرؤية . فقد أصبح التلفزيون قادرا على نقل البرامج من أى بلد يرغب ، فيمكنه نقل مباراة كأس العالم في إيطاليا إلى مصر ، كما يستطيع نقل مناقشات البرلمان السوفيتى حول سياسات الإصلاح التى يتبناها الزعيم السوفيتى ميخائيل جورباتشوف .

ومع ظهور تلفزيون صغير الحجم يعمل بالبطارية ، أصبح من اليسر أن يحمله الإنسان في سيارته أو في أى مكان يريد تهاها مثلما هو الحال مع الراديو والترانزستور . وجاء اختراع الفيديو — كجهاز مكمل كما أشرنا — ليضيف ميزة جديدة إلى التلفزيون لا تهدد مسجلات الصوت فحسب ، ولكنها تشكل خطر حقيقيا على السينما ذاتها ، بعد أن أصبح قادرا على نقل إرساله إلى شاشة بعرض الحائط ، كما اتاح القدرة للمشاهد على تسجيل أى برنامج ناجح يريد أن يراه في وقت آخر غير وقت الإرسال . ومع استخدام آلة ضبط الوقت يستطيع المشاهد أن يسجل البرنامج وهو بعيد عنه أو مستغرقا في نومه ليراه في الوقت الذى يناسبه .

وهكذا ، أصبح التلفزيون بفعل التطورات التكنولوجية الجديدة . إرسال واستقبالا ، يتمتع تقريبا بكافة الميزات التى تميز بقية وسائل الاتصال الأخرى ، فهو وسيلة تتميز بالواقعية والاقتراب الشخصى والفورية والجاذبية والوصول إلى الجماهير المتباينة . وإن كان البعض ينظر إليه باعتباره وسيلة اعلام باردة ، تعرض الشخصيات والقضايا المباشرة .

(١) أريك بارنو ، الاتصال بالجماهير ، ترجمة صلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠ ص ٢٤٣ .

٤ - السينيما :

السينيما وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري سبقت غيرها من تكنولوجيا الاتصال السبعية والمرئية اذ ظهر أول عرض للصور المتحركة عام ١٨٩٥ . وتشبه السينيما التلفزيون من حيث طريقة العرض والاداء ولكنها تتفوق عليه في مجال تكبير وتوضيح الأشياء المصغرة ، على أن السينيما لا يمكن أن تجاري التلفزيون في سرعته وانتشاره فالأفراد هم الذين يذهبون الى السينيما وليست هي التي تدخل عليهم في بيوتهم . كما أن دور السينيما ولو أنه كبير ومؤثر إلا أنه لا يوازي التلفزيون . وذلك أن السينيما تتطلب تكاليف أكثر بكثير لايصال نفس الرسالة التي يوصلها التلفزيون الى جمهور كبير متباعد . كما تتطلب عدد كبير من العاملين من ذوى الخبرة والكفاءة المهنية (٢) . وعليها أيضا بالذات في ظل منافسة الفيديو أن تقدم كل ما هو جديد وثمين ومشوق .

ونقل شاشة السينيما الى المعرض المناظر المتكاملة والواقعية ، كما يمكنها أن تقدم المعلومة والفكرة لمعرض أكثر نهينا نفسيا وذهنيا لها . وساعدت الابتكارات التكنولوجية الجديدة في مجال آلات العرض السينمائي الى اتساع دور السينيما في مجال نقل المهارات والتعليم والارشاد الزراعي والتوعية وغيرها من المهام والوظائف الاتصالية الأخرى .

تكنولوجيا الاتصال المصغرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصال المصغرة ، تلك الأدوات والأساليب الفنية التي تستخدم في تدعيم كفاءة قنوات الاتصال الشخصي وتوسيع حجم ومدى هذه القنوات في البيئة المحلية ولا يتطلب استخدامها تنظيمات مؤسسية كبيرة تديرها وتوجهها مطلقا هو الحال في تكنولوجيا الاتصال الكبيرة ولكن هي تعمل بمبادرة فردية(*) . ومع كثرة ونشوع هذه الأدوات إلا أننا سنكتفي هنا بالإشارة الى بعضها وتحديدا تلك الأدوات التي راج استخدامها مؤخرا في عمليات الاتصال بالمناطق الريفية .

(١) خليل صباغ ، نشأة وسائل الاعلام وتطورها ، مرجع سابق ،

ص ٨٥ .

(٢) محمد عبد القادر احمد ، دور الاعلام في التنمية ، منشورات وزارة

الثقافة العراق ، ١٩٨٢ ص ٢٨٤ .

(٣) يمكن أن يدخل في هذا الإطار الرسوم ، والملصقات ، والإشارات والخطابات ... الخ .

١ - التليفون : (Telephone)

التليفون ، أحد وسائل الاتصال الشخصي التي تتيح إجراء الحوار بين شخصين من دون المسافة بينهما ، ومن خلال هذا الحوار يتم نقل وتبادل المعلومات بينهما ، وتزايد الحجة الى التليفون في مجال الاتصالات الشخصية ، حينما لا تتاح للفرد فرصة اللقاء المباشر بالشخص الآخر . اما بسبب عامل الوقت والسرعة في نقل المعلومة او وجود الشخص الآخر في مكان بعيد يصعب الوصول اليه . ولا يتطلب استخدام التليفون مهارات خاصة ، سوى التركيز من جانب طرفي الحوار على الصوت باعتباره العنصر الاساسي هنا للتأثير وتتبع انفعالات الشخصية ، وذلك عوضا عن الالتقاء المباشر بين الطرفين .

وقد ادرك الافراد أهمية وجود التليفون في حياتهم ، وتزايد الاعتماد عليه في مجال الاتصال والتفاعل مع الآخرين وبالذات بعد تزايد ضغوط الحياة ، وانهمالك الفرد في تدبير شؤون حياته اليومية ، وانحصار الوقت الذي كان يقضيه مع الاهل والاصدقاء ، ولم يعد التليفون قاصرا على سكان المدن ولكن ادخل مؤخرا وبكثافة ملحوظة الى بيوت القرويين(*) مؤدبا دورا مهما كأداة تكنولوجية في تكثيف عمليات الاتصال الشخصي ونقل وترويج المعلومات بين الافراد .

٢ - شريط التسجيل : (Tape recorder)

يستخدم شريط التسجيل بكفاءة عالية في نقل وتبادل المعلومات عبر قنوات الاتصال الشخصي(*) . واصبح من المألوف بعد انتشار اجهزة التسجيل (Recorders) ان يتبادل الافراد الرسائل الصوتية المسجلة مع بعضهم البعض ، وقد تزايد انتشار هذه الاداة التكنولوجية في المجتمع المصري وبالذات في المناطق الشعبية والريفية مع حقبة الانفتاح والهجرة المعالية للخارج وكهربية الريف . حيث تشير البيانات الى ان ٥٠ ٪ من عينات الفحص بالقرى والمدن تقبل على سماع اجهزة التسجيل أكثر من اية ادوات أخرى (١) .

(*) هذا ما لفت نظرنا خلال زيارتنا الميدانية مؤخرا للعديد من القرى المصرية .

(*) لعب شريط التسجيل دورا بالغ الأهمية في قيام الثورة الإيرانية ضد الشاه ، حيث كتبت شرائط التسجيل تهرب من الخارج الى داخل ايران وهي تحمل نداءات آية الله الخميني من منفاه في باريس الى الشعب الإيراني للتمرد ضد حكم الشاه .

(١) انظر :

تقرير المجلس القومي التخصصية ، الكتاب رقم ١٨١ ، الدورة السادسة يونيو ١٩٨٥ ص ٢٤٨ .

وتعتبر شرائط التسجيل عنصرا مهما في بناء الاتصال المحلى وتحقيق استقلاليته عن نظام الاتصال المركزى حيث يتزايد استخدامها في الاحتفالات والمناسبات والتجمعات الشعبية . كما تعد وسيلة مهمة تلجأ اليها قنوات الاتصال الشخصى لترويج المعلومات المحظورة تداولها عبر أجهزة الاتصال الجماهيرى والتخلص من سيطرة الاذاعة المركزية ، والتي عادة ما تخضع لرقابة وتوجهات السلطات الحكومية .

وتشير المشاهدات الواقعية الى ان شرائط التسجيل كثيرا ما تستخدم في تلاوة آيات القرآن الكريم ، والاحاديث الدينية الاكثر تشددا وغيره في أمور الدين وانتقادا لما يحدث من تجاوزات من جانب المسئولين ورجال الاعلام (*) . كما تستخدم شرائط التسجيل في الاستماع الى الاغاني والموسيقى والموابل الشعبية والفلكلورية التي تصادف رواجاً كبيراً وبالذات لدى قطاعات كبيرة من افراد الشعب وبالذات قطاع الشباب الذين يميل غالبيتهم الى تفضيل شرائط موسيقى الرقص والاغاني الشعبية والفولكلورية .

٢ - مكبر الصوت : (Loudspeaker)

مكبر الصوت عبارة من جهاز اليكترونى بسيط وظيفته تضخيم الصوت البشرى لكى يسمع على مبالغة اوسع نسبيا ، وقد زاد في السنوات الاخيرة عدد هذه المكبرات لدى الامراء . كما تمتدت مجالات استخدامها في الاحتفالات والموالد واماكن التجمعات والمساجد ولدى الباعة المتجولين الخ .

ويتبدى دور مكبر الصوت ككداة اتصال بصورة واضحة في المساجد حيث يستخدم في رفع الاذان ، ونقل شعائر الصلاة وبالذات وقائع شعائر صلاة الجمعة وبذلك يستطيع بعض الافراد سواء من النساء او المرضى الذين لا نتاح لهم فرصة حضور الصلاة متابعة الاستماع الى هذه الشعائر بما فيها خطبة الامام . وقد اثرت على صفحات الصحف مؤخرا قضية الازعاج الذى تسببه هذه المكبرات نظرا لكثرتها من ناحية وتداخل اصواتها خلال نقل الشعائر الدينية من ناحية اخرى (١) .

وايا كان الامر ، فان مكبرات الصوت في بعض عواصم الاقاليم والمراكز والقرى ، والموجودة في المساجد كثيرا ما تستخدم لاغراض اخرى غير نقل

(١) راجع على سبيل المثال ، شرائط احاديث الشيخ عبد الحيد كشك التى يكثر تداولها في المناطق الشعبية وبين العامة من افراد الشعب .
(٢) راجع على سبيل المثال الحصلة التى قادها مؤخرا يوسف ادريس على صفحات جريدة الاهرام لوقف استخدام هذه المكبرات في نقل شعائر الصلاة من المساجد وانتقاسم الآراء بين مؤيد ومعارض لهذه الدعوة .

شعائر الصلاة ، حيث كثيرا ما يتم الاعلان من خلالها عن حالات الوفاة أو فقد النفود أو أحد الأطفال ، أو حضور مسئول الى المنطقة ، أو صدور تعليمات محددة ، أو الدعوة لحضور اجتماع عام أو التنبيه على الأفراد للتوجه لدفع غاتورة المياه أو الكهرباء أو سدّاد الضرائب الى غيرها من أمور الحياة اليومية المرتبطة بالبيئة المحلية ، وينصت اليها الأفراد جيدا ، نظرا لارتباطها بمصالحهم الشخصية . وهي بذلك تعد بمثابة اذاعة محلية تقوم بدور مهم في تزويد الأفراد بالمعلومات وتناقلها بينهم ، وتقلل من كثافة الاعتماد على الاتصال الشفاهي واعطاء فرصة متساوية أمام أبناء الحي أو المنطقة للحصول على المعلومات التي تخصهم في التو واللحظة ، وهكذا تعد مكبرات الصوت عنصرا آخر مهما يساهم في رواج المعلومات عبر قنوات الاتصال الشخصي وفي بناء الاتصال المحلي .

٤ - المطرب الشعبي :

المطرب الشعبي فرد يتميز بقوة وحلاوة الصوت وتتوافر لديه مهاره الالتقاء وحفظ بعض الاغاني والقصص والمواويل والمدائح النبوية والمأثورات الشعبية . ويستعدى المطرب الشعبي مقابل اجر نقدي ، لاهياء بعض الحفلات والمناسبات الشعبية مثل الزواج ، والختان وعودة الحجاج من الاراضي المقدسة والوالد ... الخ حيث يقوم امام جمع من الناس الذين يجتمعوا لاهياء المناسبة بالقاء بعض الاغاني التي تتلالم في مضمونها مع طبيعة المناسبة بأسلوب عاطفي مؤثر يتباهل ويكر له الحضور ، هذا الشكل من اشكال الاتصال يلعب دورا مهما وبالذات في المناطق الشعبية والريفية في القيام بوظيفة التسلية والتخفيف من متاعب وضغوط الحياة التي يعاني منها بشدة سكان هذه المناطق وترسيخ بعض القيم وبالذات المتعلقة منها بالصبر ، والتقدير ، والتقوى والشرف (١) .

ويستعين المطرب الشعبي في أداء مهمته ببعض الأدوات التكنولوجية المساعدة مثل الرابطة ، والمزمار ، والطبلة والرق وبعض الآلات الموسيقية الخفيفة وغيرها فضلا عن استخدام مكبر الصوت أحيانا لمزيد من العلانية لوقت الجمع المناسبة .

٥ - الفيديو كاست :

أشرنا من قبل ، ان الفيديو جهاز إلكتروني ، يعد مكملا لجهاز الاستقبال التلفزيوني ، وما يدفعنا الى النظر اليه باعتباره وسيلة تكنولوجية صغيرة

(١) كبا المتوفى ، وسائل الاعلام الصغيرة وحياة المصريين في القرى ،
المجلة الاجتماعية القومية سبتمبر ، ١٩٨٢ ص ١٤ .

هو طلبه الفردى وغير الرسمى من ناحية ومقدرته على فصل جهاز التلفزيون عن قنوات الاتصال الجاهزى من ناحية أخرى ، حيث يتيح الجهازان معا بناء قناة اتصال مستقلة فى البيئة المحلية بعيدا عن قنوات الاتصال الرسمية .

وقد عرف العالم أجهزة الفيديو منذ أوائل الستينيات غير أن أجهزته لم تتطور ويشيع استخدامها فى المنازل إلا منذ أوائل السبعينيات ، حيث تزايد مخافس دول العالم على انتاج الأجهزة ذات الجودة العالية والسهولة فى الاستعمال وخفض تكاليف الانتاج حتى أصبح هذا الجهاز فى متناول الكثيرين من ذوى الدخل المحدود .

وقد بدأ انتشار الفيديو فى مصر مع بداية حقبة السبعينيات وتزايد انتشاره حتى أصبح ظاهرة ملحوظة ابتداء من عام ١٩٨٠ ، حينما اتاحت الدخول العالية التى تمكنت من تحقيقها بعض الثقات فى ظل سياسات الانفتاح والهجرة المالية المائدة من الخارج من حيازة هذه الأجهزة التى بلغت منتشرة فى المنازل والأماكن العامة والمقاهى بالريف والمدن ويوشك انتشارها أن يغطى جميع المناطق التى وصل إليها التيار الكهربائى فى مختلف أنحاء البلاد منافسا بذلك قنوات الاتصال التلفزيونى المركزى ومهددا لها .

٥
ويتميز الفيديو ككداة اتصال بعدة مميزات تجعل الإقبال عليه يتزايد بإطراد وهما يساعد على هذا الإقبال :

١ — حرية المشاهد فى اختيار نوع المسادة التى يرغب فى مشاهدتها وفى الوقت الذى يريد ويعيدا عن التكرار والرتابة التى كثيرا ما تتميز بها البرامج التلفزيونية الرسمية .

٢ — يمكن من خلال الفيديو مشاهدة أفلام لا يستطيع التلفزيون الرسمى عرضها .

٣ — وفرة الأشربة من مختلف النوعيات، وسهولة شرائها أو استئجارها أو استثمارها الى جانب سهولة التسجيل من نشاط الإرسال التلفزيونى المتنوع .

٤ — يشجع الفيديو حاجات لا تستطيع أجهزة الاعلام الرسمية أحيانا اشباعها .

٥ — الرخص النسبى لسعر شراء جهاز الفيديو بالنسبة لقدرة كثير من شرائح الدخل فى المجتمع .

ويبدو أن الفيديو ، بسبب هذه المميزات وغيرها ، قد تمكن من استقطاب أعدادا غير قليلة من مشاهدى التلفزيون المصرى ، وأن أثره كان أكبر على

الصينيين حيث جذب أعدادا كبيرة من روادها بالذات شريحة المهنيين من الأطباء والمهندسين والصحفيين والمحامين والمحاسبين ورجال الأعمال . وكل الذين لا تمكنهم ظروف عملهم ومواعيدهم من فرصة الذهاب إلى دور المسينينا في موعدها^(١) .

وقد فتحت تجارة الفيديو كاست مجالات واسعة للإنتاج ، فهناك شرائط فيديو لألعاب الأطفال والكبار على شاشة التليفزيون مصممة الكترونيا في علب صغيرة والتي أصبحت موضوعاتها مفتوحة بغير حدود ، وذلك إلى جانب الموضوعات الدراسية والفنية والرياضية وبرامج المنوعات المشوقة ، كما ظهرت موسوعات متكاملة على شرائط فيديو كاست في كل العلوم والفنون والطب والأدب ، وقد روعى في هذه المواد أن تناسب كل الأعمار والتخصصات والهوايات وكذلك احتياجات التعليم والتدريب والترفيه ووفقتا لنظام الإنتاج الضخم أصبح سعر هذه الاشرطة ميسرا لمعدهد كبير من الأفراد .

بيد أن المشاهدات الواقعية تشير إلى أن استخدام الفيديو في مصر ما زال يصاحبه كثير من الخطورة ، في ظل فرض أدواق واختيارات غير ملائمة على نوعيات إنتاجه ، خالصته عدم وجود رقابة فعالة ومع سهولة طبع أفلامه وتهريبها ، وفي ظل عدم استطاعة الجهات المعنية بملاحقة نوادى الفيديو وضبط المخالفات الصارخة الخارجة عن التقاليد والتقسيم السائدة في البنية وتؤكد إحدى الدراسات الميدانية أن الجانب الأكبر من اهتمامات الفيديو يتجه إلى عرض أفلام العنف والإثارة والجنس التي تلقى رواجاً كبيراً من فئات الشباب دون غيرها من المضامين التثقيفية والتعليمية^(٢) . التي يمكن أو كان ينبغي أن يستفاد من إمكانيات الفيديو كاست في ترويجها في مجتمع يتطلع إلى مناهة مستقبله الحضارى .

ولعل العرض السابق لكل من تكنولوجيا الاتصال الكبيرة والصغيرة يلفت النظر إلى خطأ النظرة الشائعة التي ترى أن تواجد مثل هذه التقنيات في أية عملية اتصالية يحولها إلى عملية اتصال جماهيرى^(٣) . فعلى الرغم من أن التكنولوجيا العصرية لازمة من لوازم العملية ، إلا أن حضورها لا يمثل بالضرورة أو في كل الأحوال الاتصال الجماهيرى ، فإذاعة تليفزيونية على نطاق الدولة لخطاب سياسى لرئيس الجمهورية في افتتاح دورة مجلس الشعب تعد اتصالا

(١) نجوى الفوال ، استخدام الفيديو في مصر ، المجلة الاجتماعية ، العدد الأول يناير ١٩٨٧ .
(٢) انظر :
(٣) تشارلز رايت ، المنظور الاجتماعى للاتصال الجماهيرى ، ترجمة محمد فتحى ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٣ ص ١٣ .

تشارلز رايت ، المنظور الاجتماعى للاتصال الجماهيرى ، ترجمة محمد فتحى ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٣ ص ١٣ .

جماهيريا . في حين ان اذاعة تليفزيونية على الدائرة المغلقة للعمليات الجارية في خط التجميع بمصنع من المصانع يرصدها مهندس ليست كذلك . كذلك فان هسلسلا تليفزيونيا يذاع على المستوى القوي او المحلي يعد اتصالا جماهيريا في حين ان مشاهدة فيلم مسجل من خلال الفيديو لحفل عاظم ليس كذلك ، وهكذا فالجهازان في كل مثال يستخدمان كلاهما تقنيات عصرية متشابهة بث الكتروني للصور في احدى الحالات وتسجيل علمي لمشاهد في الحالة الاخرى ، ومع ذلك فاحد الاثنين لا يحتسب اتصالا جماهيريا ، حيث يتطلب الاتصال الجماهيري ، كما اشرنا من قبل ، اشتراطات خامة اولها طبيعة الجمهور ثم تجربة الاتصال ذاتها ، ثم صاحب الاتصال الذي يأخذ هنا طابع مؤسسي .

٢ — خصائص تكنولوجيا الاتصال :

ولما كانت انواع ومجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال فان هذه التكنولوجيا تتميز بعدة خصائص من المفيد ههنا التعرض لها ، ويمكن بلورة هذه الخصائص فيما يلي :

١ — ان هذه التكنولوجيا قد صممت لتسهيل الاتصال في اتجاه واحد (١) وان قدرتها على تحقيق التغذية العكسية والمشاركة ضئيلة نسبيا وهي في ذلك تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد ، الهاتفون ، الاتصال الشخصي بحوث الجمهور « الاستبيان » وهي البحوث التي عادة ما تحصل على استجابات فردية أيضا وليست جماعية . بعبارة اخرى ، فان هذه التكنولوجيا رغم ميلها للانتشار والوصول الى اكبر عدد ممكن من الافراد ، الا انه يغلب عليها الطابع الفردي وليس الجماعي .

٢ — التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن ، هذا التطور بلغ من الاهمية في الحقب الأخيرة الى حد ان أطلق البعض على الكرة الأرضية التي نعيش عليها وصف القرية العالمية ، كناية عن المقدرة المائلة التي تنتجها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم في القو واللحظة .

٣ — تتسم تكنولوجيا الاتصال بالرونة والتقابلية للتطوع والتأقلم فكل فن تكنولوجياي جديد يظهر في مجال الاتصال لا يبلغ الآخر وانها ينفرد بميزات خاصة في مجال نشر وترويج المعلومات فظهور الراديو لم يؤد الى اخفاء المطبوع الدوري ولكن تميز عليه بقدرته على الانتشار وتخطي الحواجز والعقبات التي كانت تعترض طريق انتشار المطبوع على نطاق واسع مثل الحواجز اللغافية والجغرافية . ومع ذلك ظل للمطبوع دوره ومكانته

(١) انطوان زحلان ، مرجع سابق ص ٢٦ .

واضطر المطبوع مع ظهور الوافد الجديد الى تعديل طريقة تقديمه ومعالجته للاحداث ، كذلك لم يؤد ظهور التلفزيون الى ازاحة السينما التي سبقتها الى الظهور رغم تشابه الوسيطتين في طريقة العمل والاداء والاعتماد على حاستي السمع والبصر ، وانما اتجهت السينما الى تقديم ما يعجز التلفزيون عن تقديمه او لم يسبق له تقديمه ، حتى أصبحت الكثرة الغالبة من جيل الشباب الذي نشأ مع التلفزيون هم أيضا الكثرة الغالبة من رواد السينما وهكذا ، أخذت التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال بمبدأ تقسيم العمل وحددت كل أداة لنفسها المجال الذي لا تستطيع أن تنافسها فيه الأدوات الأخرى مستفيدة في ذلك بما تتمتع به من خصائص وقدرات .

ومن ناحية أخرى ، فإن هذه التكنولوجيا يمكن نقلها وتوظيفها بسهولة داخل سياقات أخرى غير تلك التي ولدتها ، وهي هنا تتألم مع الواقع الاجتماعي الجديد ، وإن كانت تظل خصائصها العلة فاعلة أيضا . فهذه التكنولوجيا قد توظف في دولة تروج فيها الفلسفة الاشتراكية فتعمل في انلار هذه الفلسفة بطريقة تتباين مع طريقة عملها في المجتمع الرأسمالي ولكن يظل مثلا طابعها الاحتكاري المميز فاعلا في كلا المجتمعين الأول تخضع لاحتكار السلطة السياسية والحزب الحاكم وفي الثاني ، تخضع للاحتكارات الرأسمالية وجماعات الضغط الاقتصادي وهكذا .

٤ — تكنولوجيا الاتصال وبالذات المتقدمة منها تنقسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة (١) . وهي لكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية ، حيث تتركز عادة في أيدي بناء القوة والنفوذ السائد في المجتمع .

٥ — إن صناعة هذه التكنولوجيا ، تنقسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات ، ويؤدي هذا التركيز الى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ، ليس فقط على عمليات نقل وتسويق هذه التكنولوجيات في الدول الأقاليم ، ولكن أيضا في التأثير على طريقة ادارتها واستخدامها بل وصيانتها في احيان كثيرة في هذه الدول (٢) . مما يعزز من احكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية الثانية للأولى في المجال الثقافي .

٦ — تلخذ تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، بسبب تكلفتها العالية وتعدد طابعها تنافسيا استهلاكيا ، فهي في حاجة الى استهلاك جماهيري واسع يحقق

(١) وليام ل. ريفرز ، وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم أمم ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، د.ت من ٣١ .
(٢) عفيف عواد ، العالم العربي والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربي ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ١١٣ .

لها عائد يغطي نفقاتها وبالتالي يلعب عامل الريح والتحويل المسالى والرغبة في الزواج ، دورا مهما في طريقة ادارة وتوظيف هذه التكنولوجيا بصرف النظر عن أية اعتبارات أخرى .

٢ - تكنولوجيا الاتصال الحديثة كمنتج ثقافى :

اشرنا من قبل الى اوجه التمايز بين العلم والتكنولوجيا فالتكنولوجيا وبالذات الحديثة منها ، هى للتطبيق العملى للعلوم والعلوم فى حد ذاتها ليست ثقافة ، ولكنها مجموعة من المعلومات والمصارف التى تم التوصل اليها من خلال التجارب والابحاث ، وتطبيق هذه المعلومات والمعارف فى المجال العملى ، هو الذى يرقى بالمنتج الجديد الى درجة الثقافة ، لان هذا الانتاج الوليد بعد نمطا من أنسباط الحياة ويصبح له دوره ويصطبغ بالاتجاهات السلوكية والتحيية للبيئة (١) .

والثابت ان تكنولوجيا الاتصال الحديثة هى نتاج ثقافى غربى ظهرت لتلبي حاجات موضوعية لصيقة ببنيان وثقافة هذه المجتمعات . وتاريخ ظهور الطباعة المتحركة والراديو والسينما والتلفزيون يكشف ان اختراع هذه الوسائل جاء تلبية لظروف موضوعية تتعلق بعطيات التغير والثورة الصناعية التى بدأتها هذه المجتمعات فقد ظهرت المطبعة ذات الحروف المتحركة فى أوروبا مع انتشار الجامعات وبدء عصر التثوير وظهور آراء مارتن لوتر زعيم الإصلاح الدبنى فى ألمانيا ، فقد كانت الحاجةاسة آنذاك لتوصيل هذه الأفكار الى الناس بعيدا عن احتكار الأديرة والكنائس لعملية نسخ وتوزيع الكتب (٢) . ومع انتشار الجامعات وتقدم الآداب والعلوم والفنون وظهور المدن الجديدة وتوسع دور الطبقة البرجوازية ، وزيادة تطلعاتها التجارية الخارجية ظهرت الصحف المطبوعة لتلبي الحاجة لنشر الأفكار الجديدة والرغبة الملحة للمعرفة السريعة مما يدور من أحداث ليس فقط فى أوروبا ولكن أيضا فى كل بلاد العالم المعروف آنذاك (٣) .

وأدى التحول نحو التصنيع والتحديث فى مختلف مجالات الحياة وما ارتبط بهذا من تقدم هائل فى العلوم والتكنولوجيا ، وتمتد العلاقات الإنسانية ، وتزايد مشكلاتها ، وظهور النظم الرأسمالى العالمى وحاجة

(١) عبد المنعم الصاوى ، الاعلام والثقافة من منظور العصر ، الحلقة الدراسية الثالثة لمبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ١٩٨٣ ص ٦ .

(٢) خليل صابلت ، نشأة وسائل الاعلام وتطورها ، مرجع سابق

ص ٢٣ .

(٣) المرجع السابق ص ٣٦ .

هذا النظام الى المواد الأولية الخارجية الى تعميق الشعور بالحاجة الى اتصال جماهيري أكثر انتشارا وسرعة نظورت الصور المتحركة (السينما) وبعدها الراديو ، وتوالى بعد ذلك الاختراعات لتلبى الحاجة المتزايدة في هذا المجال فظهر التلفزيون ، والفيديو ، والاقمار الصناعية وغيرها .

بيد ان الثابت ان محطات الراديو مثلا التي انشئت في بادئ الامر للإرسال والاستقبال اللاسلكي لم تكن تهدف الى برامج اذاعية للترفيه او حتى التثقيف (١) . وانما كانت شركات الشحن التجارية تستعمل هذه الاجهزة لنوحيه سبيلها المجيلة والموز وغيره الى اسواق برية وفقا لقانون العرض والطلب ، وذلك بالاعتماد على التنبؤات الجوية ، أيضا لخدمة هذه السفن من تغليات الجو والبحار . كما استعمل الراديو أيضا في وحدات الجيش لنقل المعلومات والأوامر والتنسيق بين الوحدات في الدفاع والهجوم ، وظل الراديو يستخدم لنقل المراسلات واخبار الشركات الكبرى وفي الأعمال التجارية حتى قبيل الحرب العالمية الثانية .

وهكذا كان الباعث التجاري ، هو المحرك الأول والاساسي وراء ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجتمعات الغربية ، وبعد تفائق أزمة الرأسمالية وانتشار مظاهر السلبية ، وتزايد ضغوط وصراية الحياة في هذه المجتمعات بدأ الباعث الترفيهي يلعب دوره وراء الاختراعات التكنولوجية الجديدة ، ولكن ظلت العقلية التجارية الرأسمالية ، هي التي تفرض نفسها على كل اختراع جديد : حجم الانتاج الضخم من كلمات وصور واصوات يتيح المنتج الجديد ، مدى التوزيع الجغرافي الذي لا فائدة لهذا الانتاج الضخم بدونه ، منافذ اسواق للتجزئة لهذا الانتاج من محطات راديو وتلفزيون ، وصحف ومجلات وغيرها ، بعبارة أخرى تصطبغ تكنولوجيا الاتصال الحديثة بطابع البيئة الغربية التي ولدتها ، وهي لذلك تأتي حاملة خصائص هذه البيئة وعلى رأسها الفردية ، والرياح ، والمنافسة ، والاحتكار ، وسرعة الايقاع وغيرها على النحو الذي اشرنا اليه آنفا .

خذ مثلا مبدأ الفردية الذي تعظمه الثقافة الغربية ، هذا المبدأ ، يؤثر في طريقة تصميم أدوات الاتصال الحديثة من صحافة وراديو وتلفزيون وسينما ... الخ بحيث يجعلها تسهل نقل المعلومات في اتجاه واحد وتتضاءل فرص متبقي المشاركة الذي يوفره الاتصال التقليدي ، بسبب ما تتطلبه من مهارات واهكيات لا تتوفر عادة للعامة من ناحية ، ونتيجة لسرعة الاداء والانتاج الجماهيري السريع والمتوالى الذي تتطلبه هذه الأدوات

(١) طه محمود طه ، وسائل الاتصال الحديثة ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨١ ، ص ٦١ .

ولا يتضح وقتها للمشاركة من ناحية أخرى(*) . كذلك ، فإن الثقافة الغربية تهتم بالجانب المادي وضائل الربح حتى أن هذا العامل يعد الأساس الذي يوجه نبط الحياة في هذه المجتمعات ، ويمكن ذلك في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، التي لا يتכן أن تتواجد وتنافس دورها الطبيعي بعيدا عن فترة بيعها لسلعة ، تعتمد مثلا على بيع الإعلان في الأحوال التي تقوم فيها بتقديم خدمات وهكذا ..

على أن ما يهنا هنا في مجتمعنا العربي ، هو ما يتعلق بنقل هذه الأدوات التكنولوجية وتوظيفها في البيئة المحلية وما يصاحب هذه العملية من مشكلات تنافسية فهذه الأدوات ليست آلات صماء أو محايدة . وإنما يترتب على عملية نقلها وزرعها في البيئة المحلية نمط حياتي ونفسي واجتماعي يتأثر بالخصائص الحضارية لهذه الأدوات فالتلفزيون لا يقوم فقط بعملية نقل صوت وصورة على نطاق جماهيري ولم يقدم اتصالا سريعا ، ولكنه خلق في حد ذاته أيضا أنواع جديدة من المهن والأدوار : المؤلف ، الإنتاج ، الإخراج والتصوير ... الخ . واسلوب حياتي معين للذي الفراغ وقضاء الوقت ، وموضع له في غرفة المعيشة ، ويحدث هذا بغض النظر عن نوع الرسائل التي ينقلها أو مدى قدراتها التأثيرية : هذا التفعيل الذي يفرسه وجود التلفزيون في نمط قضاء وقت الفراغ مثلا ، له توجهاته القلبية والسلوكية وفي توجهات تهيئ إلى تشجيع الفرد والتفرد (سمات الثقافة الغربية) في البيئة المحلية التي تقوم على التوحد والترابط . بما يؤدي إلى خلق حالة من الاضطراب والصراع الثقافي في المجتمع المحلي .

وقد اثارَت قضية استيراد التكنولوجيا وتأثيراتها اهتمام الباحثين في المجتمعات النامية ، حيث تباينت الآراء بين مؤيد لتكثيف استيراد هذه التكنولوجيا بأنواعها المختلفة بغية تسريع عملية التصنيع في البلدان المتخلفة ولاختصار الطريق المؤدى إلى التنمية والحاق بالبلدان المتقدمة ويساق هنا عدد من البررات والحجج منها : أن بعض الدول التي ترقى إلى مصاف الدول المتقدمة، قد عثت على اختصار الطريق من خلال نقل التكنولوجيا المتقدمة من مجتمعاتها ويقدمون في هذا الإطار نموذج اليابان والاتحاد السوفيتي . كما أن الاستباقية ما كانت لتحرز التقدم التقني الذي أحرزته اليوم لو أن كان على كل أمة أن تخطوا الخطوات نفسها التي خطتها الأمم التي سبقتها على هذا الطريق ، فإذا اقتصرَت الدول النامية على التكنولوجيا من النوع المتحور حول الذات ، فإنها تضع نفسها في الظروف التي كانت تعيشها الدول المتقدمة حاليا في القرن التاسع عشر ، أما مسألة الصراع الثقافي والاضطراب الذي تحدثه هذه التكنولوجيا في البيئة المنقولة إليها فهذه مسألة وقتية وتواكب عادة حالات

(*) لعل في ذلك ما يشير إلى أحد أسباب فشل أجهزة الإعلام في المجتمعات النامية في أحداث التغيير ودفع الأفراد إلى المشاركة في عمليات التنمية .

التغيير ، وسوف تحل بمزور الزمن ، حينها يتم التحديث ويسود التحضر . وقد اعتمدت النخب الحاكمة في العديد من بلدان العالم وجهة النظر هذه (١) . فتمت في صياغة سياستها وتصميم الخطط والبرامج التنموية ، هدف الحصول على أحدث الاكتشافات والانجازات في مجل التكنولوجيا باعتبار ان تلك هي الوسيلة للخاق بالمستوى الاقتصادي والاجتماعى الذى بلغته الدول الصناعية .

وفي مقابل ذلك ، ترى وجهة النظر المضادة ، ان استيراد التكنولوجيا الحديثة بغية اللحاق بالغرب المتقدم ، ضرب من الوهم ، وذلك ان هذه التكنولوجيا كما اشرنا تنقسم بالسرية والاحتكار فضلا عن انها مقطورة باستمرار ، وان الدول المتقدمة لا تسمح سوى بنقل التكنولوجيا الاقل تقدما ، كما ان ان نموذج اليابان في الاتحاد السوفيتى يصعب التمثل بهما لاختلاف السياقات التاريخية والحضارية التى تميزها عن العديد من المجتمعات النامية .

وترى وجهة النظر هذه ان دخول التكنولوجيا المنقولة الى البيئة المحلية قد لجم الثقافة المحلية واعاق المنطلقات الحضارية الذاتية التى تعتمد على الانتباس والتبادل والتطور والابداع وعطلت القيم الاجتماعية وانماط الحياة التقليدية بدون توفير بدائل متماسكة (٢) . بحيث كان ذلك هو سبب حالة الضياع وفقدان الهوية الثقافية والاختلال والتبعية التى تعاني منها العديد من مجتمعات العالم الثالث . مما يستوجب رفض هذه التكنولوجيا والاعتداد على القدرات الذاتية ، او على الأقل اقتصار نظها على تلك الفنون الملائمة منها لماثروف البلد الطبيعية والثقافية والاجتماعية وخياراتها الايديولوجية والسياسية (٣) . وشريطة تهئية البيئة اولا لاستيعاب هذه التكنولوجيا وهضمها (٤) .

ويعنى تهئية البيئة في اطار هذا الاتجاه ، ان تكون الهياكل الذاتية المحلية

(١) عبد الهادى سوينى ، دور الدولة في تنظيم نقل التكنولوجيا في ظل الاقتصاد المخطط ، المؤتمر العلمى المسنوى الثانى للاقتصاديين المصريين ١٤/١٢ مايو ١٩٨٣ ص ١ .

(٢) عفيفى عواد ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مرجع سابق ص ١٢٢ .

(٣) يعد مصطلح التكنولوجيا الملائمة من المصطلحات المنتشرة في العديد من الكتابات في الوقت الراهن ، ويقصد به ضرورة مناسبة الفن التكنولوجى المستورد للهياكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وهو المعنى الذى ما يزال يحظى الكثير من الغبوض وعدم التحديد .

نجيب عيسى ، مشكلة التكنولوجيا في العالم الثالث ، الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، للمنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ٢١ .

بجوانبها المختلفة قادرة على تطوير الفنى التكنولوجى المستورد وتوظيفه لصالح هذه الهياكل بما يضمن الاستفادة من الفنى الوارد والمحافظة على الثقافة والهوية الذاتية . فاستيراد الدول العربية لتكنولوجيا الأتمتة الصناعية وإطلاق عربسات مثلا لم يحقق لها الهدف المنشود في مجال تبسيط وتسريع تبادل المعلومات بينها والمساعدة في تحقيق مشروعات التنمية العربية كما كان متترض ، فقد أعاقت الهياكل السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفنية السائدة في المجتمعات العربية الاستفادة من عربسات الى الحد الذى تحول معه هذا القمر الى محطة في الفضاء شبيهة بموقفة (١) . وإن العديد من الدول العربية يفضل التعامل مع وكالات الفضاء الأوروبية على التعامل مع عربسات

وإيا كانت المواقف والاتجاهات حول قضية نقل التكنولوجيا ، فإن الثابت لدينا ، أن تكنولوجيا الاتصال بكل أدواتها وتطبيقاتها قد انتقلت تقريبا الى البيئة العربية حاملة معها قيم ومواقف وفلسفات الحضارة الغربية . وقد أفضى ذلك في ظل الاعتيادية في النقل ومقدان الإرادة أو القدرة على تطوير هذه التكنولوجيا الى تخريب النسيج الثقافى للبيئة العربية ، والأمثلة كثيرة ومتعددة ، ولن نشير هنا الى تلك المضامين الغربية الوافدة التى تروج لها هذه الأدوات ، بحكم علاقات التبعية التى تربطها بنظيرتها في الدول المتقدمة ، أو اننى القيسم الغربية التى تعكسها هذه الأدوات في حد ذاتها كما أشرنا من قبل ، ولكن لنأخذ مثلا بسيطا ومحددا مدى التأثير الفداح الذى أحدثته هذه الأدوات في الثقافة المحلية واللغة العربية تحديدا . لقد أصبح البعض يتحدث عن ما يسمى باللغة الاعلامية ، حيث ساهمت هذه الأدوات الوافدة في الانحدار باللغة الفصحى ، لغة القرآن الكريم ، بحجة البساطة في فهم الرسالة وزرمت هذه الأدوات العديدة من المصطلحات التى أصبحت تروج في الأحاديث العامة ، والكتابات المتخصصة على حد سواء مثل «عالمى» ، «التنمية» ، «المصدر» ، «القائم بالاتصال» عوضا عن تعبيرات محلية كانت تستخدم في هذا المجال مثل «النهضة» ، «ال عمران» ، «الخطيب» ، «المنشد» وغيرها ، كما ساعدت هذه الأدوات على شيوع الكتابات الركيكة والتعابير الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم في ضحالة الفكر وضعف الاستيعاب .

ويذكر «جلال أمين» : أن أضعاف اللغة العربية وثيق الصلة بالتبعية الفكرية اذ لا يجوز القول بأن اللغة ما هى الا وسيلة للتعبير وليست غاية في ذاتها وأنها طريقة للاتصال ، فالحقيقة أن التبعية في لغة التعبير وثيق الصلة بالتبعية في مضمون الفكر ذاته ، يؤدي كل منها الى الآخر ويقويها .

(١) لمزيد من التفاصيل حول العقبات التى تواجه القمر الصناعى العربى ننظر أعمال الندوة التالية : منتدى الفكر العربى ، القمر الصناعى العربى بين مشكلات الأرض وإمكانات الفضاء ، عمان ، مارس ، ١٩٨٦ .

فإذا كتبت تابعا لفكر غيرك استسلمت التضحية بلفظك ولكتك إذا استسلمت التضحية بلفظك تورطت أكثر في قبول ما لا يتعين عليك قبوله من الفكر الأجنبي فاللغة تعكس نفسها في كثير من الأحيان في مواقف قهفية وتفضيلات خاصة للمجتمع الذي ابتدعها (١) .

ومع انتشار هذه الأدوات ، جرى نقل طرق ادارتها وكيفية استخدامها أيضا بلا تعديل أو تغيير رغم اختلاف الظروف والحاجة ، فالهيكل التنظيمي بأى مؤسسة صحفية عربية لا يخرج عن الهيكل التنظيمي لأية صحيفة عربية ، نفس الانقسام الفنية والحريرية والمصطلحات المتداولة ونوبات العمل ، بل ويتعلم المخرع العربى فى تعاملات الدرس والتخريب سواء المحلى منها أو الأجنبى الطريقة الغربية فى جمع الخبر الصحفى ونشره ويعرف له الخبر بأنه كل ما هو مؤثر وغريب ويخرج عن المألوف ويزيد من اقبال الجمهور على الجريدة (٢) وهو المفهوم الغربى المراتج من الخبر الصحفى .

٤ - توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية :

يقصد بتوظيف تكنولوجيا الاتصال ، الأهداف والغايات التى تستخدم من أجلها أدوات الاتصال الحديثة فى المجتمع ، وإذا كانت هذه الأدوات غريبة المنشأ ، وتحمل رموز الثقافة الغربية ، إلا أنه كما أشرنا من قبل أدوات قابلة للتطوير والتأقلم . ومن ثم فإن تخريب أو تدعيم هذه الأدوات للثقافة المحلية المتولدة إليها سيتوقف على قدرة البيئة المحلية بهيكلها المختلفة على تطويع هذه الأدوات ، وتوظيفها لمخبة المصالح والثقافة المحلية .

والثابت أن أهداف وغايات الاتصال تتباين بتباين الأوضاع السياسية والاقتصادية والفكرية فى كل مجتمع ففى المجتمع الرأسمالى يعد الاتصال مسبق طبقى يقوم بدوره فى خدمة أهداف المجتمع الرأسمالى والحال كذلك فى المجتمع الاشتراكى وهو أيضا كذلك فى المجتمعات النامية لتحديد أهدافه على ضوء أهداف وغايات نظم الحكم التى تصوغ عمليات الاتصال فى هذه المجتمعات (٣) .

-
- (١) جلال أمين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتماعية بالعالم الثالث ، اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنتائية ، ١٩٨٤ ص ٢٣٤ .
- (٢) راجع دراسة وأقية قام بها صاحب العمل الراهن فى : عبد الفتاح عبد النبى ، سسيولوجيا الخبر الصحفى ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ .
- (٣) أحمد أبو زيد ، الاتصال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، أغسطس ١٩٨٠ ص ٨ .

وإذا كان توظيف تكنولوجيا الاتصال يعنى الأهداف والغايات التى تستخدم من أجلها ، وإذا كانت هذه الأهداف والغايات تتباين فى المجتمعات المختلفة ، فإننا يمكن هنا الحديث عن مستويين من مستويات توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية :

الأول : مستوى النظام السياسى . والثانى : مستوى الأفراد وما يدفعنا الى هذا التقسيم هو ما نلاحظه فى أحوال كثيرة من انفصال واضح بين كلا المستويين فى استخدامهما لأدوات الاتصال :

والثانى : مستوى الأفراد . وما يدفعنا الى هذا التقسيم هو ما نلاحظه

(١) التوظيف على مستوى النظام السياسى :

يرتبط توظيف أجهزة الاتصال فى الدول النامية بطبيعة الظروف المجتمعية والنظام السياسى والاجتماعى القائم فى هذه الدول ، وسع ما قد يوجد من تمايزات فى ظروف وأوضاع هذه الدول إلا أنها متشابهة جميعا فى مجموعة من السمات تجعل واقع الممارسة الاعلامية فيها تبدو متشابهة الى حد كبير . فهذه الدول تتميز بحداتها استقلالها وخضوعها طويلا تحت السيطرة الاستعمارية ونوع أن معظمها قد حصل على الاستقلال السياسى ، إلا أنها ما زالت جميعا تعاني بمسورة أو بأخرى من آثار هذه السيطرة وأوضاع التبعية الاقتصادية والثقافية للدول المتقدمة (١)

كذلك يتسم الأنظار الانتمادى والاجتماعى فى هذه الدول بالفقر العام ، وتفتقر الأحوال الاقتصادية ، وجهد الحراك الاجتماعى ، وتفاوت واضح فى توزيع الدخل وتفتى الأمية والتمردية العرقية واللغوية . كما تتميز هذه الدول بغياب أو ضعف التجمعات السياسية إذ أن كثيرا من الأحزاب السياسية فى هذه المجتمعات مجرد تنظيمات من خلق فرد وبالتالي تتحدد طبيعتها بشخصيته أكثر منها بأرائه السياسية . (لويكن أن تنتهى بمجرد وفاته أو فقدانه للاهتمام السياسى ، ويكفى ذلك غياب أو هابشية المعارضة السياسية وتمحور النظام السياسى كله حول نخبة محددة جدا من الأفراد أو حتى فرد واحد هو شخص رئيس الدولة (٢) .

ويلقى هذا الواقع بجوانبه المظلمة بظلاله على الواقع الاعلامى فى الدول

(١) عواظت عبد الرحمن ، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية بالعالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

(٢) كمال المنوف ، الرأى العام فى الدول اللاتينية ، مرجع سابق

النابية ، وهو الواقع الذى يحبل هو الآخر خصائص التخلف ويبتذل ذلك فى المؤشرات التالية (١) :

١ — محدودية قنوات الاتصال وعدم كفايتها فى كثير من الاحيان ونمطية وتشابه ما تحله من رسائل وارتباطها المفرط بالسلطة الحاكمة .

٢ — تدنى معدلات حيابة أدوات الاتصال لدى الأفراد فى هذه الدول

٣ — التركيز فى المناطق الحضرية وإهمال المناطق الريفية على اتساعها وغلبة عدد سكانها .

٤ — محدودية مصادر المعلومات ، والاعتماد المفرط على المؤسسات الأجنبية فى الحصول على المعلومات وفى تشغيل أجهزة الاعلام .

٥ — تدنى قدرات الأفراد على المشاركة والتعامل مع أجهزة الاتصال .

٦ — عدم وجود قنوات اتصال بين المؤسسات الاعلامية والمؤسسات الأخرى فى الدولة التى يمكن أن تستفيد من النشاط الاعلامى وتفيد به أيضا .

وفى إطار هذا الواقع السياسى والاقتصادى والاجتماعى والاعلامى الذى يسود العديد من الدول النابية ، توظف الأنظمة السياسية بهذه الدول أجهزة الاعلام التى تخضع عادة للتوجيه والسيطرة من جانب هذه الأنظمة لاداء مجموعة من المهام يمكن بلورة أهمها فيما يلى :

١ — التنمية :

كانت قضية التنمية هى القضية الأكثر إلحاحا أمام المجتمعات النابية فى أعقاب حصولها على الاستقلال السياسى ، فقد وجدت هذه المجتمعات انه لا بديل أمامها للخروج من حالة التبعية والتخلف والركود إلا من خلال الاعتماد على الذات ، وتعبئة الموارد والامكانيات وحسن استغلالها من أجل البناء والتقدم ، وقد اتجهت أنظار المسئولين فى الدول النابية الى أجهزة الاعلام باعتبارها أداة فعالة يمكن توظيفها لمساعدة خطط التنمية الحكومية (٢) . حيث بدأ وأضحأ أمام هؤلاء القادة قدرة هذه الأجهزة فى مجال نشر المعلومات

(١) لمزيد من التفاصيل حول مؤشرات التخلف الاعلامى فى الدول النابية انظر : فرنسيس بال ، وسائل الاعلام فى الدول النابية ، ترجمة حسين المعودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعلام ، ١٩٨٢ ص ١٠ — ١٦ .

(٢) محمد عبد القادر أجيد ، دور الاعلام فى التنمية ، مرجع سابق سابق ص ٢١٧ .

والبيانات والأفكار الجديدة وتغطية أخبار المشاريع الحكومية وتوفير عنصر المعرفة حولها لدى مختلف القطاعات في المجتمع ، وشرح وتفسير هذه المشاريع وأهميتها وتهيئة المناخ الاجتماعي والثقافي الإلائم لقبولها وتحقيق الإجماع حول المقترحات الجديدة ، والمساعدة في إضعاف الاتجاهات المعارضة لها ومعالجة المشكلات والقضايا التي يعانى منها المجتمع وتعرض خطط التنمية الى غيرها من المهام الضرورية التي تتطلبها عمليات التغيير والتنمية كالترتيب وتقييم ومتابعة الإجراءات ومعالجة الآثار السلبية عن عمليات التبدل والاحلال ... الخ .

وقد يسهل من مهمة قيام أجهزة الاعلام بمثل هذه العمليات في الدول النامية خضوع هذه الأجهزة للسيطرة والتوجيه الحكومي الامر الذي يتيح فرصة أفضل لممارسة اعلامية موحدة ومنسقة مع الجهود الحكومية (١) بيد ان اخفاق العديد من الحكومات في الدول النامية في رسم سياسات تنموية واضحة المعالم ، وضعف الاداء السياسي للأنظمة الحاكمة في الكثير من هذه الدول ، وفشلها في تحقيق آمال وطبوحات شعوبهم في التنمية والتقدم ، قد انعكس سلبيا على المهام التنموية لأجهزة الاعلام في الدول النامية ، فباستثناء بعض العمليات المحدودة التي تقوم بها هذه الأجهزة بين الحين والآخر في مجال التوعية والإرشاد الصحي ، وتنظيم الأسرة وغيرها من القضايا تركزت معظم عمليات هذه الأجهزة للدفاع عن الأنظمة الحاكمة ، وغلب الطابع الدعائي على العملية الاعلامية برمتها في هذه الدول (٢) . وهو الطابع الذي ينسجم بتكوين الأخبار والمعلومات والحقائق بالآراء والمعارضة والتحور حول وجهة نظر واحدة ، هي وجهة نظر السلطة وأصحاب النفوذ ، والمتمركز بالاستقرار والبقاء الثلاثة على الآخرين والهاء الجماهير في نواحي الأمور وقضايا فرعية ، بعيدا عن القضايا الأساسية الى غيرها من العمليات التي تهدف في الأساس الى تزييف وعي الأفراد أو تخفيف هذا الوعي ، والحيولة دون إقامة رأي عام مستنير قادر على فرض التغيير كجهة أساسية ، أصبحت توكل الى أجهزة الاعلام في العديد من الدول النامية في الوقت الراهن .

-
- (١) ديفد ويفر وكريستين لوفان ، نظرة عامة على الاعلام والتنمية ، ترجمة منى الطاهر ، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة ، ١٩٨٥
ص ١٤ .
(٢) انظر في ذلك :
خالد رشيد ، الاعلام العربي واقعه وإبعاده ومستقبله ، بغداد دار الحرية ، ١٩٨١ .

٢ - أفساء الشرعية :

تستخدم النخب الحاكمة في العديد من الدول النابية أجهزة الاعلام كداة لافشاء الشرعية وتثبيت دغائم نظم الحكم الثابتة وبالذات مع تزايد ضعف الأداء السياسي لهذه النظم وعجزها عن قيادة مسيرة التنمية وتحقيق الاستقلال الكامل ، وتدنى الأوضاع المعيشية للأفراد . والمقصود بالشرعية هنا ، هو تحقيق رضا الجماهير وقبولهم لما هو قائم وللطريقة التي تمارس بها النخب الحاكمة الجديدة سلطاتها وللإجراءات التي تتخذها في مجال التغيير . وبدون افساء الشرعية على هذه الإجراءات والقرارات يصبح النظام القائم غير مستقر ومعرضة للاهتزازات .

ويرى « مكس غير » أن الشرعية يمكن أن تستمد من واحد أو أكثر من مصادر ثلاثة هي (١) التقاليد والزعامة الملهمة والمعنوية ، ويعني المصدر الأول استخدام أجهزة الاعلام للمعتقدات الشعبية والعادات والاعراف السائدة في المجتمع والتوارث عبر الاجيال والتي تؤكد على الاحقية بالسلطة واطاعة اولى الأمر ، ويدخل في هذا المصدر المعتقدات الدينية وكثيرا ما تلجأ النخبة الحاكمة عن طريق أجهزة الاعلام الى استخدام هذا المصدر ، وذلك بالاهتمام بالموالد والاحتفالات والمناسبات المختلفة التي تحرس القيادة على مباركتها وحضورها ، واستخدام الاناشيد الدينية التي تحت على طاعة الحكام وأحقيتهم في الحكم ، وكذلك الاهتمام بالاغاني الشعبية والفلكلورية ، وذلك كله بهدف تحقيق رضا وقبول الجماهير للنظام القائم واكتساب الشرعية المطلوبة .

أما المصدر الثالث ، والذي يتعلق بالزعامة الكاريزمية ، فانه يعني تحقيق الولاء والطاعة من جانب الاتباع والمحكومين للتقاليد أو الزعيم أو رئيس الدولة . ويتأتى ذلك من خلال ضفاء هالة من الاحترام والتبجيل والهيبة على شخصيته وإبراز تصرفاته وأعماله في صورة جذابة ومشوقة دائما (٢) ولعل ذلك هو السبب الذي من أجله تحتل صور وتحركات الرؤساء والزعماء في العديد من المجتمعات وبالذات النامية ، المساحة الواسعة من صفحات الصحف ، وساعات البث الاذاعي والتلفزيوني ، وتضخيم تصرفاتهم واضفاء صفات عليهم من قبيل ، الملك المفدى ، والرئيس المؤمن ، والمعامل العظيم ،

(١) انظر في ذلك :

Max Weber, The Theory of Social and Economic organization New York, Oxford University Press, 1947 P. 130.

(٢) على ملهى ، الاعلام والثقافة في مصر ، الفلحة الدراسية الثالثة

لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ، ص ٦ .

وصايجب الجلالة الى غيرها من صفات التساليه والتعظيم التي نسميها ونقراها في أجهزة الاعلام وتستهدف اضعاف الشرعية على هؤلاء المقادة .

ويعنى المصدر الثالث ، الذى اطلق عليه « فيبر » العتلاتية القانونية Legal rational وهى مجموعة القواعد والقوانين التي تحدد واجبات وحقوق النخبة الحاكمة ، وطريقة شغل المناصب واخلائها ، وانتقال السلطة وتداولها وممارستها ، كذلك حقوق وواجبات المواطنين وتنظيم علاقاتهم بالسلطة الحاكمة ، وبصرف النظر عن مصدر هذه القوانين والقواعد او القوى التي قامت بتشكيلها وصياغتها ، فان كثيرا ما يستفاد من أجهزة الاعلام في الدول النامية في التأكيد على ضرورة الالتزام بهذه القواعد والقوانين والحث على الانضباط وعدم الخروج عليها واعتبار كل من يخرج عليها منحرف وخارج عن الاجماع ، ومن المؤكد ان نجاح أجهزة الاعلام في مهمة اضعاف الشرعية ، يتوقف الى حد كبير على كفاءةفاعلية النخبة الحاكمة في ادارة شئون المجتمع ومدى نجاح هذه النخبة في تحقيق اهداف المجتمع وتطلعاته .

٣ - الضبط الاجتماعى :

كذلك تقوم أجهزة الاعلام في المجتمع النامى بمهمة الضبط الاجتماعى ، بمعنى انها تعمل في المجتمع بوصفها احدى القوى التي تساهم مع القوانين والاعراف والتقاليد ... الخ على امتثال الافراد لمعايير السلوك التي يفرضها المجتمع (١) ، وتزداد اهمية دور أجهزة الاعلام في هذا المجال على بقية القوى الاخرى في فرض الضبط الاجتماعى لما لديها من قدرات هامة في مجال نشر الاراء والانكار على نطاق قومى ولدى قطاعات عريضة من الافراد ومخاطبة الجماعات المختلفة ، وتحقيق الارتباط بينهما خصوصا في المجتمعات الحديثة حيث يصبح الشيء الجديد الذى يتم نشره عبر أجهزة الاعلام بمثابة قوة موجهة تقود الافراد شرا او خيرا الى انضباط من السلوك ذات طابع جمعى اكبر منه فردى . وهو ما يطلق عليه مصطلح المجتمع الجماهيرى Mass society حيث تنصب أجهزة الاعلام دور مصنعة الثقافة وبلورة الراى العام الذى يصبح القوة المصاغطة في مجال اتخاذ القرارات (٢) .

(١) للوقوف على مفهوم الضبط الاجتماعى واساليبه والاتجاهات النظرية في دراسه انظر :

عبد الله الخريجي ، الضبط الاجتماعى ، دار الشروق ، جدة ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٧٩ .

(٢) انظر في ذلك :

ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture Macmillan Press, London, 1979, P. 13.

ويتميز المجتمع الجماهيري ، بأنه يتكون من أعداد هائلة من الافراد غير المترابطين من الناحية الاجتماعية ويتحقق تماسكه من خلال الاتصالات غير الشخصية عبر اجهزة الاعلام الجماهيري^(١) كما انه يعمل من خلال قاعدة الاتصال ذات الاتجاه الواحد ، وليس من خلال التفاعل ، وبناء على ذلك ، فان المجتمع الجماهيري يكون عرضة للضبط الاوتوقراطي عن طريق قلة من الافراد ، وهم هؤلاء الذين يحددون ما ينشر وما لا ينشر في اجهزة الاعلام ، فهي تحدد انماط السلوك واشكال التصرف في المواقف المختلفة ، كما تحدد الجماهير معتقداتها وافكارها واساليب سلوكها وهي بذلك تقوم بدور مهم في تشكيل وعي الافراد وان طبيعة هذا الوعي يتحدد على ضوء توجهات النخب الحاكمة في المجتمعات المختلفة .

٤ - الوحدة الوطنية :

في الدول النامية وبالذات التي ما زالت في دور التكوين او حديثة العهد بالاستقلال ، تستخدم اجهزة الاعلام بكفاءة عالية من اجل تعزيز النعمة القومية وتأكيد الانتماء ووحدة الامة ، ومن هنا يركز جانب كثير من التغطيات الاعلامية عبر هذه الاجهزة ، على الذات القومية ، والانجازات الايجابية للامة ، والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي^(٢) .

وتزداد الحاجة الى اجهزة الاعلام في المجتمعات النامية التي تتعرض باستمرار لعوامل التغير من اجل تحقيق الاتفاق والقبول والاستقرار ، حيث يسهل ان المعامل الاخرى الخاصة بتحقيق الاستقرار هو الشغل الشاغل للنخب الحاكمة في العديد من هذه المجتمعات والذي يعنى بمرورة المحافظة على الانواع الراهنة ومتابعة أى تغير يهدد نظم الحكم القائمة ، وتمارس اجهزة الاعلام هنا دورها ايضا بكفاءة عالية من خلال امتدادها وتعظيم اساليب الثقافة السائدة ، وتأييد مثاليات الجامعة الحاكمة ، ومنع نشر انتباه او نتائج معينة او اخفائها تجد فيها تهديدا للبناء الاجتماعى والتفانى القومى .

٥ - الترفيه :

يلعب الترفيه دورا مهما في عملية الالهاء السياسى وصرف الانتباه وتزييف وعى الامراء ، وصرفهم عن واقعهم المعاش وتدرك الانظمة السياسية

(١) عبد الله الخريجي ، الضبط الاجتماعى ، مرجع سابق ص ٩٨ .

(٢) عبد الفتاح عبد النبى ، سوسيولوجيا الخبر الصحفى ، مرجع سابق ص ٥٧ .

في بلدان. الغالب الثالث ، والتي تعاني من فقدان الشرعية ، والعجز السياسي هذه الحقيقة ، نلتجأ الى أجهزة الاعلام للقيام بهمة الترفيه ، والمساعدة في التنفيس والتخفيف من وطأة المعاناة التي يعيش في اطارها الافراد ، ولعل ذلك يفسر اسباب اتساع حجم المضامين الخيالية التي تبثها أجهزة الاعلام في هذء الدول وهى المضامين التي تتبث في القصص والروايات الفكاهية والمسابقات بين الاندية الى غيرها من المضامين التي تهدف الى نقل الفرد من واقع المعاش المثقل بالمشاكل الى عالم اكثر رحابة واشراقا تتجسد خلاله كل امال الفرد وطموحاته والتي يعجز عن تحقيقها في دنيا الواقع .

ولكن يبدو أن أجهزة الاعلام في جميع الاحوال مضطرة الى نشر مثل هذه المضامين الخيالية ليس فقط بفعل التوجيه السياسي والتنفيس من الرغبات المكبوتة لدى الافراد ومعاناتهم اليومية ، ولكن ايضا بهدف جذب الجماهير أساسا الى التعرض لمضامين هذه الأجهزة بعد أن ثبت اتقبال الجماهير على مثل هذه المضامين على اختلاف انتصاياتهم الاجتماعية (١) . بيد أن المشكل هنا لا يتحدد في حجم هذه المضامين أو اهدانها ومدى الاقبال عليها ، ولكن في نوعية ما يقدم من مواد ترفيهية، حيث كثيرا ما تتسم هذه المواد بالسطحية والابتزال والميل للآثارة والاسلاف الأمر الذى يترك تأثيرات مدمرة على واقع الحياة الاجتماعية والثقافية للأفراد .

(ب) التوظيف على مستوى الأفراد :

يتأثر توظيف وسائل الاتصال على المستوى الفردى بعدة عوامل تتضافر معا لتحديد الكيفية التي يستخدم بها الفرد الوسيلة الاتصالية ويمكن تحديد هذه العوامل فيما يلى :

- ١ — القدرات الذاتية للفرد (مسيولوجية ، ثقافية ، اقتصادية) .
- ٢ — الصورة الذهنية للفرد من الوسيلة الاتصالية .
- ٣ — خصائص هذه الوسيلة وقدراتها الاعلامية .
- ٤ — الطريقة التى يتم بها توظيف هذه الوسيلة من قبل النظام السياسى .
- ٥ — الواقع الثقافى والاجتماعى الذى يعيش فى اطاره الفرد بما يملئ من احتياجات واهتمامات معينة .

(١) شون ماكبرايد وآخرون ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال ، الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١ ص ٥١ .
للأفراد .

ودون الدخول في مناقشة تفصيلية لكل عامل من هذه العوامل فإنه في ظروف الفقر المطلق والتسبب الذي يعيش في أطرافه العديد من الأفراد في المجتمعات النامية ، وتدنى المستويات الثقافية والصحية ، وتفشى الإمية وسوء الأحوال المعيشية ، فإن ما يشغل بال هؤلاء الأفراد حقا طوال كل أو أغلب الوقت هو كيفية مواجهة نفقات الحياة اليومية ، ومع الفقر والاستغراق في مشاكل الحياة اليومية والمصالح الذاتية البحتة ، يختفى أو يتضاءل الاهتمام بالقضايا أو الأحداث العامة ، أو الرغبة في المشاركة وإبداء الرأي والحوار حول المشاكل والقضايا القومية ، والتي قد تثيرها أجهزة الإعلام ، ومع اشتداد وطأة المعاناة الاقتصادية والاجتماعية تتزايد النزعة الدينية والهروبية والاستسلامية لدى الغالبية العظمى من جماهير العالم النامي .

ومع الاحتكار الصارم من جانب السلطة السياسية لأجهزة الاعلام المركزية ، واستغراق هذه الأجهزة في عمليات الدعاية السياسية ، والتبوير والمساندة واضفاء الشرعية على الممارسات المشروعة وغير المشروعة ... الخ . وعجز هذه الأجهزة اما بحكم طبيعتها الذاتية أو نتيجة للطريقة التي توظف بها عن النجاح في تحقيق التفاعل والمشاركة الإيجابية مع الجماهير ، فقدت أجهزة الاعلام الرسمية مصداقيتها وترسخت الصورة المذهنية لديها بأنها أجهزة سلطة وليست أجهزة شعبية يمكن الاعتماد عليها وإنما أدوات للترفيه والتسلية وتمضية الوقت ، وليست للتوعية والإرشاد والتثقيف ، فالصحيفة تقرأ للتسلية وتمضية الوقت والتلفزيون للفرجة ولانبساط والراديو للإغاني والاستماع للقرآن الكريم وهكذا .

وفي ظل ما تقدم يوظف الجانب الأكبر من الأفراد في المجتمع النامي أجهزة الاتصال بأنواعها المختلفة في :

١ - الامام بطقوس الحياة اليومية وبالذات تلك المتعلقة بعنصر الوقت والزمن مثل مواقيت الصلاة والأذان ، ومواعيد اذاعة المسلسلات حتى أن بعض الأفراد يستخدم هذه المواقيت لتحديد مواعيد مقابلاته مع الآخرين .

٢ - الترفيه والتسلية وتمضية الوقت ، وينصرف هذا الاستخدام على كل أجهزة الاعلام المركزى حيث يتزايد اقبال الأفراد على المصامين الترفيهية التي تبثها هذه الأجهزة (المسلسلات ، الافلام ، الاغاني ، المباريات الرياضية ، الحوادث والجرائم ... الخ) وكذا على أجهزة الاتصال المصغرة (القرنية) مثل الفيديو وشرائط التسجيل وغيرها .

٣ - الاستماع الى القرآن الكريم والحديث الدينية عبر وسائل الراديو والتلفزيون وشرائط التسجيل .

٤ — متابعة طقوس وممارسات النخب الحاكمة وذوى النفوذ في المجتمع ، دون محاولة التجاوب أو حتى مجرد الانخراط الوجداني مع هذه الممارسات والاكتفاء بالفرجة والسخرية من هذه الممارسات .

٥ — تسهيل الاتصال الاجتماعي ، وذلك بالاستعانة أحيانا ببعض مضامين أجهزة الاتصال في المناقشات والحوارات الشخصية .

٦ — الشهرة : فقد استخدم بعض الأفراد من أدباء ومفكرين وفنانين ومنتجين وغيرهم أجهزة الاتصال بأنواعها المختلفة ، في تحقيق شهرة واسعة حتى أصبحوا أعلاما معروفين على نطاق جماهيري .

وأيا كانت المهام التي تؤديها أجهزة الاتصال سواء على المستوى السياسي أو الفردي في البلدان النامية ، فإننا نؤكد أن هذه المهام السابق تحديدها ، هي مهام عامة تقوم بها أجهزة الاتصال في المجتمعات النامية إلا أن ذلك لا ينفي حقيقة أن هذه المهام تتباين من حيث أولوياتها وسماتها وفقا للأوضاع المجتمعية والخصائص الحضارية التي تميز كل مجتمع من المجتمعات النامية .

الفصل الرابع

تكنولوجيا الاتصال
(التأثير والفاعلية)

الفصل الرابع تكنولوجيا الاتصال (التأثير والفاعلية)

مقدمة :

إذا كان الفصل السابق قد أظهر الكيفية التي تستخدم بها أجهزة الاتصال في المجتمعات النامية بعامة ، والأهداف والغايات التي تولف من أجلها في هذه المجتمعات ، فإن هذا الفصل يسمى لمناقشة نتائج قيام أجهزة الاتصال بالمهام التي تولف من أجلها وحقيقة التأثيرات الاجتماعية لهذه الأجهزة . لذا لذلك من علاقة وثيقة ومباشرة بموضوع اهتمامنا الرئيسي في هذا العمل وهو بحث علاقة الاتصال بالثقافة المحلية .

والمواقع ، ان قضية تأثير أجهزة الاتصال الحديثة في المجتمع ، تعد واحدة من القضايا المعقدة ذات التاريخ الطويل والممتد في التراث الاعلامي ، والتي لا يزال الجدل دائرا حولها بين الباحثين ولا يمكن تعقيدها وصعوبتها في اضطراب المفاهيم التي جرى طرحها حتى الآن ولا في حجم المشاكل الفنية الخاصة بتصميم بحوث التأثير ، وصعوبة عزل المؤثرات الاخرى الفاعلة في العملية ، وقلة التنظير الحقيقي في هذا المجال ، وقيل بحوث التأثير التي اجريت على أسس نظرية ومنهجية غير واضحة ... الخ . ولكن للقضية ابعادا ايديولوجية ومجتمعية أيضا حيث يحدد الانتباه الفكري للباحث مدى اقباله — او معارضته لمناقشة قضية تأثير أجهزة الاعلام في المجتمع .

فانصار الاتجاه الوظيفي أو الليبرالي ، الذين يؤمنون بالتفرد واستقلال النظم الاجتماعية في المجتمع ... الخ يميلون الى فهم الاتصال كنسق وظيفي له دوره في نقل الرسائل الاعلامية الى الافراد ، وبالتالي فانهم يسعون للتعرف على مضامين هذه الرسائل ودرجة تأثيرها على وحدات المجتمع ومناشطه المختلفة ، حيث يتزايد الاهتمام لدى انصار هذه الاتجاه ، للتعرف مثلا على تأثير المواد الاعلامية على رؤية الفرد للعالم الذي يحيط به ، وفي اتخاذ قراراته .

وفي المقابل ، فاننا نجد انصار الاتجاه المادي الجدلي ، يشككون كثيرا في جدوى بحوث التأثير الاعلامي ، فمن وجهة نظر انصار هذا الاتجاه فقد تشكل التاريخ من خلال علاقات الصراع والتناقض بين الطبقات الاجتماعية المختلفة ، وأن التناقض في الحملات الانتخابية مجرد تناقض بين شيئين متعاكسين

كما ان بعوث التأثير التي يجريها انصار الاتجاه الوظيفي تتجاهل طبيعة الخضوع الايديولوجي لاجهزة الاعلام للطبقة المسيطرة في المجتمع . وهكذا ، فان عمليات اجهزة الاعلام تفهم لدى انصار هذا الاتجاه بوصفها نشر وترويج مفاهيم قوى المفوذ في المجتمع وخدمة مصالح واهتمامات الجماعة الحاكمة ، وهذه المفاهيم والاهتمامات في حد ذاتها لا تصلح ان تترجم بسهولة الى اى شكل من اباحث التأثير بالصورة المعروفة (١) . فضلا عن ذلك ، فان التقييم النهائي لتأثير اجهزة الاعلام ، لا يتحدد فقط من خلال عصفري المشبون والمجهور ، كما يعتقد انصار الاتجاه الوظيفي ، ولكن ايضا من خلال الطريقة التي يتم بها امتلاك وتوظيف المؤسسات الاعلامية في المجتمع ، ومع ان انصار الاتجاه المادى الجلى ينظرون الى اجهزة الاعلام باعتبارها أدوات مهمة في تشكيل وعى الافراد ، الا ان اتجاه هذا الوعى لا يمثل أهمية ، ولا يتطلب للدراسة الميدانية ، طالما انه يعكس افكار وتصورات الجماعة الحاكمة ويوجه اساسا لتدعيم الاوضاع القائمة .

كذلك ، فان التبايزات المجتمعية المختلفة ، توضع اسباب الاقبال لو عدم الاقبال على دراسة تأثير اجهزة الاعلام في هذا المجتمع او ذاك . ويشرح « بلمر » اسباب تزايد اقبال المؤسسات الاكاديمية في الولايات المتحدة الامريكية وبلاذات في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية على دراسة تأثيرات اجهزة الاعلام ، بان هذا المجتمع بدأ يشهد موجة من التغيرات الاجتماعية غير المتوقعة ، وظهور اساليب حياة غير مبررة وعابثة ، وتقشى العادات الجنسية للبيئة وتضاؤل الثقة بالادارة نتيجة للحرب النيتانية ، ومن ثم ، نظر خبراء الاتصال ورجال الاعلام في المجتمع الامريكى الى اجهزة الاعلام بوصفها عابلا من عوالم هذا التغير الاجتماعى ، او أنها أدوات يمكن توظيفها للحصول على التأثير الجماهيرى ومنبهات او محركات لتحقيق الاهداف المقترحة للتغيير ومن هنا تانى أهمية بحوث التأثير في المجتمع الامريكى .

وفي المقابل يقل الاهتمام نسبيا ببحوث التأثير الاعلامى في المجتمعات الأوروبية ففى هذه المجتمعات لا يتجسد الاختيار بين الانكسار المتعارضة في كتابات المثقفين فقط ، ولكن تترجم هذه الانكار ايضا بشكل منظم الى احزاب ونيارات تتضمن الدعوات الراديكالية للتوزيع السائد للثروة والسلطة .

(١) انظر في ذلك :

Blumler, J. & Gurevitch, M., The Political Effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and The Media, Methuen, London, 1982), P. 238.

كما هو الحال في البلدان الاشتراكية ، ومع ان حجم ما تحقق من مساواة وعدالة في هذه البلدان لميزل قاصرا وسطحيا ، حيث استمرت ملامح النظام القائم على التبايزات الاجتماعية ، فان ذلك دفع عددا من الباحثين في هذه البلدان الى التساؤل حول ما اذا كان الاتصال الجماهيري قد لعب دورا في الحد من الدوافع الراديكالية وبالأذات بين أفراد الطبقة العاملة التي ظلت تعاني في المجتمعات الاشتراكية وبالتالي ، فان التصور السائد لدى العديد من الباحثين في هذه المجتمعات يتجه الى اعتبار أجهزة الاعلام مؤسسات للضبط الاجتماعي تعمل اساسا للحد من الاتجاهات الراديكالية في التفسير الاجتماعي والمساعدة في تدعيم الاوضاع القائمة والحفاظ عليها (١) . ومن ثم يقل اهتمامهم ببحث قضية التأثير على أساس ان تصور الضبط الاجتماعي يعني ان مضامين أجهزة الاعلام تبذل الى التدعيم وليس التغيير ، الامر الذي لا يستاهل البحث والدراسة طالما ان ما هو قائم معروف سلفا .

وفي المجتمعات النابية ، حيث تشهد هذه المجتمعات تغيرات سريعة ومتلاحقة ، وتزايد أهمية ومكانة أجهزة الاعلام في الاسراع بتحقيق برامج التغيير والتنمية ، نجد ان هناك ميل بين الباحثين والمفكرين في هذه المجتمعات للوقوف على تأثيرات هذه الأجهزة وحقيقة دورها في هذه المجتمعات ولكن هذا الميل . ظل كامننا ، ولم يترجم الى بحوث واضحة لأسباب متعددة ليس هناك محل لمناقشتها (٢) .

وأيا كانت التعميدات والمشاكل المحيطة ببحث قضية التأثير الاعلامي ، وبعبءنا عن الاختلافات القائمة بين الباحثين لتأييد أو تجاهل مناقشة هذه القضية . فاننا نرى ان طرح هذه القضية للمناقشة ، يكتسب هنا مشروعية خاصة على ضوء الانقسام الواضح في موقف الباحثين بين تأكيد قوة أجهزة الاعلام والتقليل أو التهويل من شأن عمليات هذه الأجهزة ودورها في المجتمع ، وكذلك الحاجة الى الاطلاع على التطورات الجديدة في بحوث التأثير الاعلامي ، وأبرز إنجازاتها ، وتقديم رؤية نقدية لهذه البحوث تتيج لنا فهم

Ibid, P. 239.

(١)

(٢) للوقوف على عرض مفصل لمشكلات بحوث الاعلام في المجتمعات

النابية انظر :

سمير حسين ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادئ ، القاهرة ، عالم الكتب ١٩٧٦ . وكذلك :

مجموعة الدراسات والبحوث التي قدمت الى اجتماع خبراء بحوث الاعلام في الوطن العربي ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ديسمبر ١٩٧٨ .

افضل لحقيقة تأثيرات أجهزة للاعلام وكيفية دراسة هذه التأثيرات في الواقع
المطلى باختصار : فان هذا الفصل يتناول بمناقشة العناصر التالية :

- ١ - تطور بحوث التأثير الاعلامى .
- ٢ - المداخل النظرية في بحوث التأثير .
- ٣ - المحددات الفاعلة في تأثير أجهزة الاتصال .

اولا : تطور بحوث التأثير الاعلامى :

ادى النمو الهائل في أجهزة الإعلام منذ بداية هذا القرن . وتزايد
التأثيرات السياسية والاجتماعية العالمية ، التى يرى البعض ان أجهزة
الإعلام لعبت دورا مهما الى توجيه الانتباه الى هذه الأجهزة والى ضرورة
الكشف من حقيقة دورها بطريقة علمية ومنظمة . وكذلك الوقوف على
ميكانيزمات قوتها وتأثيرها . وقد اتخذ البحث في تأثير أجهزة الاعلام ثلاث مراحل
اساسية ومتميزة (١) .

المرحلة الاولى : ويمكن حصرها في الفترة من اواخر العشرينيات وحتى
بداية الحرب العالمية الثانية ، وارتبطت بحوث التأثير فيها بالاجازات علم
النفس الاجتماعى (نموذج المثير - الاستجابة - التعلم) وباعتبارات المهنية
والتجارية وجرى خلالها تطوير عدد من النماذج النظرية بهدف البحث عن
طرق جديدة للنهوض بكفاءة الاعلان وتنظيم الحملات الانتخابية واستطلاع
الرأى العام حول قضايا معينة (سياسية في الاساس) وزيادة توزيع
الصحف ... الخ . وقد اتجهت الانتظار خلال هذه المرحلة الى أجهزة الاعلام
بوصفها أدوات فعالة في تشكيل الآراء والمعتقدات ، وفى التأثير الدعائى
القوى للضامين الاعلامية ، وقد ساهم في تشكيل هذه النظرة ، المناخ
السياسى والفكرى الذى كان سائدا خلال هذه المرحلة ، فقد أعقب الهدوء
النفسى الذى ساد العالم بعد الحرب العالمية الاولى ، وظهور الحكومات
الفاشستية منذ عام ١٩٣٠ في ايطاليا والمانيا ، واليهان ، واستخدامها
لجهاز الاعلام في الاممال الدعائية والتأثير في عواطف واتجاهات الناس ،
والشرب على وتيرة الولاء والطاعة والالتزام . كما ساهم في ذلك ايضا
سيادة نظرية المجتمع الجماهيرى Mass society التى جعلت دراسة
تأثير أجهزة الاعلام تأخذ منحى يرى ان انحصار الاشكال التقليدية للتنظيم ،

(١) انظر في ذلك :

سليمية محمد جابر ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ،
الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٤٠ .

اجتماعي تحت تأثير التصنيع والتحضّر ، قد اثرت في النظام الاجتماعي حيث أصبح الفرد في ظل المجتمع الحديث ، عبارة عن ذرات مبعثرة ومعزولة عن الشبكات التقليدية للعلاقات الاجتماعية ، وبمعية عن مصادر التأييد الاجتماعي . وبالتالي فهم معرضون اكثر للدعاية المباشرة وتأثير النخبة الحاكمة والجماعة المسيطرة على اجهزة الاعلام (١) ، التي تعد رسائلكها هنا بنبها نيلها ومؤثرا يحث استجابة فورية لدى الأفراد .

وقد شهدت المرحلة الثانية ، التي امتدت منذ عام ١٩٤٠ ، وحتى بداية الستينيات نشاطا مكثا في مجال بحوث التأثير ، حيث ظهرت بعض النماذج التي جاءت انعكاسا للرغبة المتزايدة لتطور وترابط دراسات الاتصال . فقد تغير خلال هذه المرحلة النموذج المبسط الذي ساد المرحلة الاولى ، المرسل ، والقناة ، والرسالة ، والمتلقي . واخذت التغيرات في اعتبارها اوجها مهمة عديدة في الاتصال الانساني فقد برزت الحاجة الى ادخال عنصر رد الفعل (Feed back) كعنصر اساسي في العملية ، والنظر الى عملية الاتصال بوصفها عملية دائرية ومتكررة وليست خطية او مستقيمة كما هو الحال في نموذج المرحلة الاولى (٢) وارتبط التطور الرئيسي الثاني خلال هذه المرحلة ، بتأكيد فكرة ان المتلقي ليسوا سلبيين وانما يقومون عادة بعملية ادراك ، وتفسير وتذكر انتقائية للرسائل الاعلامية ، بينما كانت النماذج في المرحلة الاولى تقتصر مزم كفاءة الاتصال على الموضوع او التشويش (Noise) . ونجاح الاتصال في نوايا القائل بالاتصال . نجد ان التفكير في هذه المرحلة اخذ يتجه الى خصائص المتلقي والمعرفة المسبقة بهذه الخصائص ، والسياق الاجتماعي الذي يحدث فيه الاتصال كعوامل حاسمة في نجاح عملية الاتصال .

وتمثل التطور الرئيسي الثالث في هذه المرحلة في الاهتمام بفصل نماذج الاتصال الجماهيري عن نماذج الاتصال التقليدية ، ووضع سمات خاصة ومميزة لعملية الاتصال الجماهيري . فقد تبني « شرام » في نموذجه الاكثر ذيوما ، الطبيعة الجمعية للمرسل ، والعضوية الاجتماعية للمتلقى ، ووجه رلاي ورلاي (Riley & Riley) أهمية خاصة للوضع الاجتماعي الرسمي وغير الرسمي الذي يؤثر على كل من المرسل والمتلقي والعلاقة بينهما ووضع « مالتركي » (Maletzky) نموذجا معقدا ضمنه هذه الافكار وغيرها . وخصوموا تلك الافكار المتعلقة بالتباين بين مختلف الاجهزة ، ونوع

(١) Blumler & Gurrivitch, The political of Mass Communication Op. Cit., P. 242.

(٢) McQuail & Windahl, Communication Models, Longman, London, 1981, P. 5.

المضنون ، ومدى فهم كل من الجمهور والقائمين بالاتصال لبعضهم البعض .
المخ . وعمل ويستلي وماكلين (Westley & Maclean) على تأكيد الدور
الذي تلعبه مؤسسات الاتصال الجماهيرى فى التوسط والتحكم كقنوات بين
مصادر المعلومات فى المجتمع والجمهور العام . وساهم نموذجهما أيضا فى سد
الفجوة بين النماذج الاولى بتأكيدهما على الاتصال الهادف ، وتدفق الاتصال
الجماهيرى الذى يبدو غيرها هادف بمعنى ان استمراريته غير موجهة الى
متلقين معروين ومحددين . حيث نجد ان القائم بالاتصال فى نموذجهما يعمل
بوصفه وكلا أو مثلا Agent الملتقى ، ومفسرا لاحتياجاته واهتماماته.
وطبقا لهذا التصور ، فان رغبة الجمهور تصبح بدلا حرفيا لهدف
القائم بالاتصال (١) :

وقد كانت محصلة هذه التطويرات ، ان اتسم الطابع العام لبحوث
ودراسات التأثير فى هذه المرحلة — وعلى خلاف المرحلة الاولى — بالتقليل من
تكنانة وفعالية أجهزة الاعلام بصفة عامة . واصبح ينظر الى هذه الاجهزة على
انها تعمل من خلال وسائط تسهل او تعوق من تأثيرها . وقد عبر عن
ذلك بيرلسون Berelson فى معادلة شهيرة مغاها :

**ان نوعا ما من الاتصال بـ نوعا ما من الموضوعات تضاف الى الانتباه
الخاص لجمهور ما . تحت بعض أنواع الشروط . يمكن ان يجعلنا نحصل
على قدر معين من التأثير (٢) .**

ولقد اوضحت تفسيرات (بيرلسون) لهذه المقولة ، انها مجرد بوجه
احرائى لترشيد خطوات البحث ، حيث أوضح أهمية التمييز بين أجهزة الاعلام
وما يوجد بينها من اختلاف فى الخصائص والقدرات ، وبين مختلف أنواع
المضنون الذى تثيره هذه الاجهزة . وان التأثيرات سوف تختلف بالضرورة ،
وفقا للاتجاهات السائدة بين الجمهور حول الموضوعات المثارة وكذلك وفقا
للاختلافات النوعية بين الافراد ، حيث ان هناك بعض الافراد اكثر قابلية
للاقتناع من الآخرين .

كذلك فقد حدد « كلاير » خمسة عناصر ومسيطة تحد من عملية التأثير
المباشر لأجهزة الاعلام : وهى العمليات الانتقائية ، ومعايير الجماعة ،

(١) راجع عرضا مفصلا لهذا التصور فى :

McQuail & Windahl, Communication Models, ibid PP. 23 — 34.

(٢)

McQuail, D., Towards A Sociology of Mass Communication London,
Collier Macmillan, 1980, P. 45.

والإتصال الشخصي ، وعادة الرأي ، وطبيعة أجهزة الإعلام في المجتمع الحر^(١) ، وانتهى كلابر من تحليلاته لهذه العناصر الى ان مضمون أجهزة الإعلام ، وبما لطبيعة هذه العناصر ، يساهم في تدعيم أو تغيير أو تعديل الاتجاهات الهلثية أو الرئيسية ، كما يمكن أن يحدث تأثيرا على المدى الطويل أو القصير وعلى مختلف قطاعات الجمهور^(٢) .

وإذا مضينا في استعراض دراسات كل من (بيرلسون) (Berelson) ١٩٤٨ ، و« هوفلاند » (Hovland) ١٩٥٢ و ١٩٥٤ ، و« كلابر » (Klapper) ١٩٦٠ ، و« كوكس » (Cox) ١٩٦١ الى غيرها من الدراسات التي عنيت بدراسة الآثار الاجتماعية لأجهزة الإعلام والوقوف على قدراتها التأثيرية في هذه المرحلة . فلنأخذ من هذه الدراسات باجابات واضحة حول قوة أجهزة الإعلام ، وعلى العكس أفضت هذه الدراسات الى اقتناع مؤداه ان التغييرات الجوهرية في الاتجاهات والآراء نتيجة لما تقدمه أجهزة الإعلام هي تغيرات من المحتمل ان تكون طفيفة للغاية ، وان أجهزة الاعلام الجماهيرى لا تعمل عادة كعنصر كاف وهام للتأثير على الجمهور ، وإنما تؤدي هذه الأجهزة وظيفتها من خلال مؤثرات وسيطة ومتداخلة على النحو الذى أشار اليه « كلابر » من قبل .

وإذا كانت مثل هذه الدراسات ، قد اتسمت بالواقعية ، وبالبحكة المنهجية ، ولفتت الانتباه الى تعقد عملية الاتصال الجماهيرى ، وعرفنا خلالها الكثير من العناصر الوسيطة والشروط التى يمكن فى إطارها ان يحدث قدر ما من التأثير . الا أن ما يؤخذ على هذه الدراسات انها لم تميز بين أنواع ومسنويات التأثيرات المختلفة التى تسمى الى بحثها ، واستهدفت التركيز على التأثيرات قصيرة الاجل (Short-term effects) وأهمالها الواضح لعمليات التأثير التراكمية والمتتالية التى تتركها أجهزة الاعلام على المدى الطويل (Long term effects) فقد اهتم معظم هذه الدراسات بقضايا وموضوعات آنية (سياسية وإعلانية فى الأساس) لها ظروف خاصة وارتبطت تسؤلاتها بأهداف وأغراض الذين قاموا بالإشراف عليها وتوليها . كما افتقدت اجاباتها التحديد النظرى^(٣) . وهكذا فان دراسات التأثير السريع وقصير الأجل قد سادت على حساب دراسات التأثيرات التراكمية وطويلة الاجل .

Klapper, J., The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960, P. 19. (١)

Klapper, J., Ibid, P. 258. (٢)

Defleur, Theories of Mass Communication, New York, (٣)

David Mc Kay, 1975, P. 116.

وفي المرحلة الثالثة ، وخلال حقبة السبعينات ، فإن التساؤل عن تأثيرات أجهزة الإعلام ، قد طرح من جديد ، واتسم الطابع المبالغ بإحوت التأثير في هذه المرحلة بالروية-النقدية للنماذج والأساليب المنهجية المستخدمة في المرحلة السابقة ، وبالأعتدال في تفسير قوة أجهزة الإعلام أي عدم المبالغة أو التهوين من شأن هذه الأجهزة . وبدأ البحث في جوانب معينة كانت مهله من قبل ، فقد تجاوز السعى للوقوف على التأثير المباشر لأجهزة الإعلام إلى محاولة الإجابة على التساؤلات الخاصة بالتفاعل المتبادل والمعد بين الأفراد أثناء عملية الاتصال . حيث اتجه الاهتمام هنا إلى التساؤلات الخاصة بدور المؤسسات الإعلامية والقائمين عليها ، وتنوعية المضمون الإعلامي الذي تقدمه أجهزة الإعلام وما يحمله هذا المضمون من قيم وانكار وعادات مجتمعية ، وكذلك تأثير رغبات الأفراد واحتياجاتهم الاجتماعية المحددة على سلوكهم وردود أفعالهم ، وتأثير العلاقات الشخصية على حجم انتشار الرسالة الإعلامية أو درجة قبول أو رفض المضمون الإعلامي^(١) .

كذلك فقد تغير الاهتمام من التأثيرات المباشرة قصيرة الأجل إلى التأثيرات غير المباشرة طويلة الأجل^(٢) . ومن بين الأفكار المحورية التي ظهرت في هذا المجال سيادة التصور بأن أجهزة الإعلام تمارس معظم تأثيرها عن طريق تقديم المعرفة والأحكام الأساسية حول الموضوعات التي تقع خارج نطاق الخبرة الشخصية المباشرة للفرد ، حيث يكتسب الناس المادة الخام Row-material كما هي ، ومن خلالها تتشكل آراؤهم . فالناس تستقبل مثيرات من أجهزة الإعلام عما يجب أن تبدو رأيا فيه ، وعن الأفكار السائدة حول القضايا المختلفة في المجتمع . ومن ثم فإن تأثيرات أجهزة الإعلام عليهم سوف تعتمد على طبيعة المعرفة ومجموعة المعتقدات القمية ، ودرجة اتساقها وتنوعها . وأخيرا ، درجة اعتماد الأفراد أساسا على هذه الأجهزة كمصدر للمعلومات .

وأيا كان الأمر ، فإنه يمكن بلورة أهم التحولات الحديثة في بحوث التأثير الإعلامي فيها إلى :

١ - التحول من التركيز على الاتجاهات والآراء في دراسة تأثير أجهزة الإعلام إلى التركيز على المعارف . وهذا التحول يطرح تساؤلا مؤداه : هل

(١) مزيد من التفاصيل حول الاتجاهات الحديثة في بحوث التأثير انظر :
McQuail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op.
Cit., PP. 58 - 78.

(٢) انظر في ذلك :

McQuail, D., & Windahl, S., Op. Cit., P. 60 - 74.

التغير في المعارف هو في الحقيقة شرط مسبق للتغير في الاتجاه ؟ وعلى الرغم من عدم وجود شك في الصلة القائمة بين الاتجاهات والمعارف إلا أن العلاقات السببية بينهما ، ما زالت أكثر تعقيدا وغامضة إلى حد كبير .

٢ - التحول من فهم التأثيرات من واقع التغيرات الحادثة التي فهمها بمعنى تشكيل أو إعادة تشكيل المعارف والتصورات ، ويبدو واضحاً أن ذلك مرتبط بالتحول السابق ، ويتضح بصورة أكثر في البحوث التي يطلق عليها « وظيفة وضع البرامج » التي تقوم بها أجهزة الإعلام .
agenda-setting function of mass media
وكذلك دور أجهزة الإعلام في تشكيل تصورات الجمهور للواقع الاجتماعي .

٣ - فكرة نمذاج الاتصال الجماهيري ، التي طرحت كمحددات بديلة لطبيعة التأثيرات ، فالنماذج الخطية التي تحدد عناصر عملية الاتصال في المصدر ، القناة ، الرسالة ، الملقى ، والمركز على التغيرات في الحالة العقلية للمتلقي التي أثارتها نماذج سابقة قد امتسكت ، به داخل أخرى تتضمن دراسات الرغبات والحاجات التي يتم التركيز فيها على أعضاء الجمهور ، ومدى تكيف مضمون أجهزة الإعلام طبقاً لاحتياجاته واهتماماته .

٤ - الانقلاع عن التركيز المكثف لدراسة تأثير أجهزة الإعلام من خلال الحملات الانتخابية ، إلى الاهتمام بدراسة مختلف مجالات تغطية أجهزة الإعلام بما في ذلك الظروف غير الانتخابية أو العادية ، حيث كان المنحى الأول يؤثر نقديين أساسيين ، أولهما أنه يركز الاهتمام على التأثيرات قصيرة الأجل (فترة الحملة الانتخابية) ويهمل بالتالي التأثيرات التراكمية التي تتركها أجهزة الإعلام على معتقدات الأفراد وتصوراتهم للمواقف المختلفة . وثانيهما هو أنه يعالج فقط تأثيرات الرسائل السياسية ، ويتجاهل مضامين فكرية أكثر اتساعاً مثل الكوميديا ، المسلسلات ، والقصص ... الخ . وقد أصبح الاتجاه الجديد يركز على إجراء تحليلات متعمقة Cultivation analysis وشاملة لمضامين أجهزة الإعلام . ومحاولة الوقوف على نوعية الأفكار والتصورات التي يغلب تأثيرها في البرامج والموضوعات التي تثيرها هذه الأجهزة (١) .

٥ - الاهتمام بدراسة القائمين بالاتصال الجماهيري ، والوقوف على أساليب العمل بالمؤسسات الإعلامية ، وظروف انتاج المواد الإعلامية داخل هذه المؤسسات ، وذلك انطلاقاً من اقتناع مؤداه ، أن فهم ما يدور داخل المؤسسات الإعلامية ، والتعرف على أساليب العمل بها وعلى طبيعة الانتشاءات الفكرية والاجتماعية للقائمين بالاتصال الجماهيري ، وتحديد مجالات اهتمامهم

Blumber, J., and Gurevitch, M., The Political Effects (١) of Mass Communication, Op. Cit., 240.

ومواقفهم إزاء القضايا المختلفة سوف يسهم في فهم قدرة أجهزة الإعلام في مجال التأثير الاجتماعي (١) .

ومهما كانت طبيعة التحولات التي طرأت على توجهات أبحاث التأثير الحالية ، وما قد يستجد منها في المستقبل وبالأذات حول تأثير الإتصال الدولي ، وتثنية تبادل المعلومات الحديثة ، وعلاوة أجهزة الإعلام الدولية بالتفاعلات القومية ... الخ ، فالتى أرى أن الفجاءة الفهم الذى ينبغى أن يركز عليه الاهتمام أولا في مجال التأثير الاعلامى هو ذلك الجانب الذى يسمى الى الوقتوف على الظروف التى يمكن فى اطارها أن يحدث التأثير ، وتحديد المفاهيم الفعالة فى هذا التأثير . على أن يكون واضحا من الفيداية حجم ونوع التأثير الذى يسمى الباحث اليه دراسه حتى يمكن الوصول الى نتائج محددة وواضحة تحد من كثافة الضوضاء الذى يحيط بهذا النوع من الدراسات . وعلى الرغم من ذلك ، فإن استعراض الفترات النظرى المتوافر حتى الآن يكشف لنا عن مجموعة من الإنجازات الهامة فى هذا المجال :

أولا : هناك اتفاق بين الباحثين على أن التأثيرات التى تحدث من أجهزة الإعلام كثيرا ما يُلخَذُ معظمها بشكل تدعيم الاتجاهات والآراء السائدة . بمعنى أن مضمون أجهزة الإعلام يعمل على تدعيم الآراء السائدة لدى الجمهور أكثر مما يعمل تغيير هذه الآراء . وهى خلاصة تتفق مع الحقيقة القائلة بأن الناس تيل الى روائية وسماح المضامين المفضلة أو التى تتفق مع اهتماماتهم أو توقعاتهم . وأن الجمهور يستجيب لمضمون أجهزة الإعلام الذى ينسجم مع هذه التوقعات وعلى ضوء ذلك يتم رفض أو قبول أى مضمون .

ثانيا : هناك اتفاق على أن التأثيرات تتباين ونفا لاهية أو مكثاة الكاثم بالاتصال . أو كما يطلق عليها البعض المصدر الأكثر جدارة بالنقطة والفهية والمحتوية . بالإضافة الى ما يتمتع به من قدرات فى تقديم الحجج والبراهين ، حيث يميل الجمهور الى سرعة الاستجابة لاستنتاجات هذا المصدر (٢) .

ثالثا : كلما زاد انتشار أجهزة الاتصال وتغلغلها بين الجمهور تزايدت احتمالات تغيير الآراء فى الاتجاه المرغوب .

(١) للوقتوف على عرض مفصل حول هذا المنحى فى بحوث التأثير انظر : Elliott, P., Media organization and occupations : an over view, in James Curran, and other (eds.) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold 1982, PP. 142 — 168.

(٢) انظر فى ذلك :

Berelson, B., Steiner, G., Mass Communication in Human Behaviour, An inventory of Scientific findings, New York, Harcourt, Brace & world Inc., 1964, P. 537.

رابعة : معرفة الجمهور بالانفصاليا والموضوعات ، توفر على احتمالات التأثير ، حيث ان أجهزة الاعلام يمكن ان تؤثر في خلق تغيير حول الموضوعات غير المألوفة او الخارجة عن دائرة حياة الفرد اليومية . وبعبارة اخرى تلك الموضوعات غير الملحة ، بالنسبة للأفراد ، او التي لا ترتبط مباشرة بميولهم . وذلك اذا ما تعرض لها الفرد .

خامسا : ان انتقاء وتفسير الجمهور للمضمون الاعلامي يتأثر بالاراء والاهتمامات السائدة وبمعلمير الجماعة ايضا .

سادسا : ان بناء العلاقات الشخصية السائدة بين الجمهور ، يلعب دورا وسيطا في إنتقال المضمون الاعلامي ، وان طبيعة هذه العلاقات تحدد لو تقرر ما قد يحدث من تأثير (المفترض تنفق المعلومات على مراحل) .

ثانيا : المداخل النظرية في بحوث التأثير :

وعلى ضوء ما تقدم ، يمكن تصنيف بحوث التأثير ونماذجها الأساسية في مداخلين أساسيين ، المدخل الأول : - هو **المدخل التقيدى** (*) . الذى ساد خلال المرحلة الاولى والثانية من تطور بحوث التأثير . وينطلق من التساؤل الاساسي ، ماذا تفعل أجهزة الاعلام بالناس ؟ اما المدخل الثاني : فهو **المدخل الوظيفي** ، الذى يركز على السؤال المقابل ، ماذا يفعل الناس بأجهزة الاعلام . وسوف نسعى هنا إلى التعرض لهذين المداخلين المختلفين ، محاولين إبراز أهم الإنكار السائدة في كل منهما وما تشتمل عليه من أوجه قوة أو ضعف وبينان ملامى ملامعتها لدراسة تأثير أجهزة الاتصال في المجتمع أو مدى الاستفادة منهما في الدراسة المراهنة .

(١) المدخل التقيدى :

يتجه هذا المدخل في بحث موضوع تأثير أجهزة الاعلام للاهتمام بحركة الرسالة بين المرسل والمطلبي ، واستجابة المتلقى لهذه الرسالة باعتبارها أحد المثيرات ، كما يركز ايضا على الجهود التي يبذلها المرسل لتتبع محتوى الرسالة وبصرها لدى المتلقى وتمدد دراسات « شاتون ووينر ، وإيسوبل ، ولانزفيلد » السابق عرضها في موضع سابق من هذا العمل

(*) لا ينبغي ان تفهم التقيدية ههنا بكثرة من انه الشيء المسالوف أو المألوف والذي اعتاد عليه غالبية الباحثين في دراستهم لهذا الموضوع .

خير مثال على هذا المتحى (١) فقد اهتم « شانون وويفر » بدراسة عملية التأثير بالتركيز على ثلاثة جوانب أساسية : الجانب الأول يتعلق بفهم المشكلات الفنية ، أو بكيفية نقل الرموز والمعاني بطريقة صحيحة وسليمة ، ويهتم الجانب الثانى بالمطوَّب نقل الرسالة للجماهير والرموز المرغوبة أما الجانب الثالث فيهتم بحجم تأثير الرسالة على سلوك المتلقى فى الإتجاه المطلوب (٢) .

كذلك فقد سعى « لاسويل » الى فهم عملية تأثير أجهزة الاعلام من خلال نموذج من « يقول ماذا ، وبأي وسيلة ولأن وبأي تأثير » وهو النموذج الذى انطلقت منه غالبية بحوث الاتصال الجماهيرى ، فقد نظر « لاسويل » الى الاتصال على أنه عملية خطية Linear يتم خلالها نقل رسائل من المرسل الى المتلقى وفهم التأثير Effects على أنه التغيير الذى يمكن ملاحظته وقياسه لدى المتلقى وتسببه العناصر المتداخلة فى العملية ، فأى تغيير فى صياغة الرسالة ، أو الوسيلة مثلاً يمكن أن يحدث تغييراً لدى المتلقى (٣) .

وقد جرى تطوير مثل هذه التصورات على يد « كاتز ولازرغفيلد » فى نموذجها انتقال المعلومات على مرحلتين ، فبينما كانت رسائل أجهزة الاعلام وفقاً لأفكار شانون وويفر ولاسويل وغيرهم تصل الى الأفراد وتحدث تأثيرها بصورة مباشرة ، نجد أن كاتز ولازرغفيلد قد أشارا الى انتقال هذه الرسائل من أجهزة الاعلام الى قادة الرأى فى المجتمع ، ثم من خلال هؤلاء الى الجماهير التابعة وذلك من خلال عمليات الاتصال الشخصى (٤) .

وهكذا لمبت (كاتز ولازرغفيلد) الانتباه الى أن أفراد الجمهور ليسوا منعزلين اجتماعياً ، وأن استجابة ورد فعل الجمهور تجاه رسائل أجهزة الاعلام سوف لا تكون مباشرة وفورية ، ولكن تتوسط وتتأثر بطبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة بين الأفراد ، كما أن الأفراد ليسوا متساوين تماماً أمام الحملات الاعلامية . ولكن يقومون بأدوار مختلفة فى عملية الاتصال .

(١) راجع الفصل الثانى من هذا العمل .

(٢) انظر فى ذلك :-

Fiske, J., introduction to Communication studies, London, Netuen, 1982, P. 7.

Ibid P. 32.

(٣)

Katz and Lazarsfeld; Personal influence, Glencoe Free (٤)

Press, 1955.P. 21.

وباختصار ، فقد لنت « كاتز ولازرفيد » انتباه الباحثين الى ان هذه الأجهزة لا تعمل في فراغ اجتماعي (Social Vacuum) ، ولكنها تعمل داخل شبكة معقدة جدا من العلاقات الاجتماعية ، وان هذه العلاقات تحدد بمصر الرسائل الاعلامية ومدى تأثيرها .

ومع كثرة النماذج التي ظهرت بعد ذلك ، وأبرزت دور العوامل الاجتماعية والنفسية ، والثقافية في تسهيل أو اعاقه تأثير رسائل أجهزة الاعلام على الأفراد^(١) . الا ان غالبية هذه النماذج ظلت تنهم التأثيرات على انها تلك التأثيرات السريعة والمؤقتة (قصيرة الأجل) التي يقصدها المصدر ، وتتصل بالتغيرات في المعارف والاتجاهات والسلوك لدى الأفراد . كما انها لا تتم نسبيا من خلال وسائط بمعنى انها مباشرة . وبصورة عامة ، تلك التأثيرات المرتبطة بفكرة الحملة Campaign . وهي الجهد الواعي والمقصود لاستخدام أجهزة الاعلام لأغراض اعلامية ودعائية لتحقيق أهداف محددة .

وقد قام « ديفلر » (Defleur) عام ١٩٦٦ بادخال تطوير جديد على هذه الأفكار بحيثية على نظرية المعايير الثقافية (Cultural norms theory) لتأثير أجهزة الاعلام^(٢) . ووفقا لهذه النظرية فان أجهزة الاعلام لا تؤثر فقط وبصورة مباشرة على الأفراد ، ولكن تؤثر أيضا على الثقافة وحجم المعرفة والمعايير وقيم المجتمع . انها تقدم مجموعة التصورات والأفكار والأحكام التي من خلالها يستفزع الأفراد تصرفاتهم وعلى سبيل المثال ، ففى مجال السلوك الجنسى ، فان أجهزة الاعلام تقدم بصورة تركيبة وغير مقصودة - عادة - رؤية لها هو طبيعى وما يحظى أو لا يحظى بالقبول العام هذه الرؤية. قد يدمجها الأفراد فيها بعد داخل تصوراتهم الخاصة لها هو طبيعى أو صحيح فى هذا النوع من السلوك .

وانطلاقا من ذلك ، اخذ الاهتمام يتزايد بالتساؤلات المرتبطة بطريقة استقبال الرسائل الاعلامية ، أكثر من التساؤلات المرتبطة بالقائم بالاتصال الذى لديه اهتمام بتحقيق أو تلافى نتائج معينة . كذلك تزايد الاهتمام بالتأثيرات طويلة الأمد (Longterm) وغير المقصودة (Unplanned) وغير

(١) راجع على سبيل المثال نماذج : شرام ، وراى وراى ، وبالتركى

وروجرز وشوميكى فى :

McQuail, D., Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., PP. 31 — 53.

(٢) انظر فى ذلك

Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David McKay, 1975, P. 10.

المباشرة (indirect) والجمعية (Collective) أكثر منها فردية من حيث نطاقها ، كما توجه هذا الاهتمام لدراسة تأثير مجموعة من الرسائل أو النسق الكامل للرسائل التي لها سمات متشابهة ، بدلا من الاهتمام بالرسائل المنفصلة كالاتهام بموضوعات التعليم غير الرسمي ، ونقل وتدعيم القيم الاجتماعية الأساسية ، ونقل أجهزة الاعلام للايديولوجية السائدة ، وتهيئة المناخ لتكوين الآراء ، وتوزيع المعرفة في المجتمع ... الخ .

وفي سياق هذه الاهتمامات الجديدة ، ظهرت بعض الإنكار حول تأثير أجهزة الاعلام ، أرى من المفيد مناقشتها هنا ، فقد ظهر افتراض « وضع البرنامج (Agenda-Setting Hypothesis) » وخلاصة هذا الافتراض : ان أجهزة الاعلام عن طريق تركيزها على بعض الموضوعات والقضايا وأهمال البعض الآخر ، سوف تمارس تأثيرا على الرأي العام . فالموضوعات التي تحظى بأهتمام أجهزة الاعلام تصبح مألوفة بصورة أكبر ، ويدرك الناس أهميتها خلال فترة من الزمن ، وان الموضوعات التي تحصل على اهتمام أقل سوف تنخفض أهميتها بصورة مماثلة . ومن الممكن اختبار مثل هذه الافتراضات عمليا عن طريق مقارنة نتائج التحليلات الكمية لمضون أجهزة الاعلام ، مع التغيرات في الرأي العام التي يتم رصدها بواسطة المسوح على فترتين أو أكثر . من الزمن (١) .

ويعد للباحثان الأمريكيان « ماكبيس ودونلدشو (McCombs & D. Show) » فضل من كتب في افتراض « وضع البرنامج » فقد أوضعا (٢) :

« ان الجمهور لا يعرف نقاط من القضايا العامة والموضوعات الأخرى من خلال أجهزة الاعلام ، وانما يعرف أيضا الاهمية الحقيقية لكل قضية وموضوع من خلال حجم تركيز أجهزة الاعلام على كل منهما ، على سبيل المثال في التعبير عما يقوله المرشحون خلال الحملة الانتخابية ، فان أجهزة الاعلام تحدد بوضوح الموضوعات المهمة . بمعنى آخر ، فان هذه الأجهزة تضع جدول أعمال أو برنامج الحملة (agenda) ، وهذه القدرة على التأكيد

(١) لمزيد من التفاصيل حول افتراض وضع البرنامج لأجهزة الاعلام انظر :

McCombs M., & Show, D., The agenda Setting function of Mass Media, Public opinion Quarterly, 1972, 36 ; PP. 87 — 1716.

(٢)

McCombs M., and Show, D., Structuring the unseen environment, Journal of communication, spring, 1976, PP. 18. — 22.

في تغيير المعارف بين الأفراد ، تعدد واحدة من أكثر الجوانب أهمية في قوة أجهزة الاعلام .

وقد أخذ « ماكجيس وشو » من قضية « ووترجيت » الأمريكية الشهيرة ، مطلقاً لتوضيح وشرح افتراض «وضع البرنامج» . ففي الواقع لم يكن هناك شيء جديد في الكشف عن الفساد السياسي في المجتمع الأمريكي ، ولكن التناول المكثف للصحف ، وفشل جلسات الاستماع التي دارت حول الموضوع في مجلس الشيوخ عبر شاشات التلفزيون ، جعل من هذه القضية موضوع العام (topic of the year).

وتلزم مثل هذه الافتراضات - على وجهتها - بعض الشكوك والصعوبات . فعلى الرغم من أن أصحاب هذه النظرية - قد نشروا بعض النتائج المؤيدة لأرائهم ، إلا أن بعض الباحثين ، قد حذروا من القبول الأعمى لهذه الأفكار ، على أنه دليل على التأثير الواسع والتام لأجهزة الاعلام (١) . فهناك غموض حول فكرة الاهتمام التي يمكن أن تعزى إلى أجهزة الاعلام ، قبل الاهتمام ينبع من قبل القائمين على هذه الأجهزة على اختلاف مواقفهم أم تلبية لاحتياجات الجمهور ، أم عن طريق المصنفة وأصحاب النفوذ ، في المجتمع الذين يعملون كمصدر لأجهزة الاعلام ، ويمارسون تأثيراً عابهاً . كذلك يمكن القول ، أنه مهما كانت درجة تركيز أجهزة الاعلام على موضوعات معينة ، فإن الأمر سوف يتوقف في النهاية على مدى أهمية هذه الموضوعات وقربها وجديتها وقدرتها على إثارة الخلاف والجدل بين قطاعات الجمهور المختلفة . وفضلاً عن ذلك ، فهناك أنواع عديدة من الموضوعات التي تثيرها أجهزة الاعلام ، يحاول بعضها التأثير على الأفراد ، ويحاول البعض الآخر التأثير على المصنفة . وأخيراً ، ليس واضحاً ما إذا كان يمكن للباحث أن يكشف عن التأثيرات المباشرة لأجهزة الاعلام من خلال التصرفات الشخصية لأعضاء الجمهور أو توقع أن يعمل افتراض وضع البرنامج من خلال تأثير تفاسل العلاقات الشخصية ، ويؤدي ذلك عملياً إلى اختلافات كثيرة في البحث وفي المدى الذي يمكن أن نعتد على تحليل المضمون لتقديم دليل في حذ ذاته ، لتأثيرات محتملة وفقاً لافتراض « وضع البرنامج » ، ويزداد الأمر صعوبة عند اختبار هذا الافتراض في المجتمعات التي تتشابه فيها مضامين أجهزة الاعلام المختلفة ، حيث لا تتوافر في هذه المضامين خاصية الاختلاف التي تتيح إمكانية القياس والمقارنة التي يقوم عليها هذا اللون من البحوث .

(١) Mc Cleod and other, Another Look at the agenda setting function of the Press, Communication research, 1974, 1, 2, PP. 66-131.

على أن أبرز الأفكار التي ظهرت في مجال بحث التأثيرات طويلة الابد ، هي فكرة « فجوة المعلومات (information gap) التي تحدثها أجهزة الاعلام في المجتمع ، فقد اثار العديد من الباحثين مؤخرا الى أن التدفق المتزايد للمعلومات ، غالبا ما يكون له تأثير سلبي ، نتيجة لتزايد المعرفة داخل جماعة أو فئة معينة الى حد يفوق ما يحدث لدى جماعة أخرى . وإن فجوة المعلومات سوف تحدث وتزايد بين جماعة اجتماعية وأخرى في المعرفة بموضوع معين ، باستمرار تدفق المعلومات حول هذا الموضوع من جانب أجهزة الاعلام (١) .

ويقوم هذا الافتراض على تصور مؤداه : أن الانفراد في النسق الاجتماعي غير متساو بين أمام المعلومات التي تبثها أجهزة الاعلام ، فالانفراد الأكثر تعليميا ، وترتفع مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية ، سوف يكونون بلا شك ، قادرين على تشرب واستيعاب المعلومات بطريقة أفضل من الأفراد الأقل تعليميا ، وتخفض مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية ، وبالتالي ، فإن تزايد تدفق المعلومات ، يؤدي الى توسيع هذه المعرفة بدلا من تضيقها .

وقد أوضح « روجرز » (Rogers) أن آثار تدفق المعلومات لا تتحدد فقط في ازدياد فجوة المعرفة بين الجماعات الاجتماعية المختلفة ، ولكن أيضا في الفجوات المتعلقة بالاتجاهات والسلوك . وعلى ذلك ، فقد قام « روجرز » بتغيير المفهوم الى فجوة تأثيرات الاتصال (The Communication effects gap) بدلا من فجوة المعرفة ، ومع ذلك ، فقد نبه « روجرز » الى أنه لا الاتصال الجاهري ، والمستويات المختلفة للتعليم هي السبب الوحيد لفجوة تأثيرات الاتصال ، ولكن تساهم عوامل أخرى عديدة في خلق مثل تلك الفجوات (٢) .

وليس المهم هنا مناقشة مثل هذه العوامل (٣) . ولكن المهم مناقشة

(١) انظر في ذلك :

Donohue, G. A., Tichenor, P.J., and Olien, G. N., Mass Media and Knowledge gap, Communication Research, 1975, 2, PP. 3-22.

(٢) انظر في ذلك :

Rogers, E., M., Communication and development : the Passing of the dominant paradigm, Communication research, 1976, 3, PP. 46 — 213.

(٣) للموقف على تفصيل هذه العوامل انظر :

فرج الكلل ، تأثير وسائل الاتصال ، العاصرة ، دار الفكر العربي ،

١٩٨٨ ، ص ١٦٢ وما بعدها .

ما يثيره الافتراض أساسا من مفاهيم باللغة الأهمية في دراسة تأثير أجهزة الإعلام ولعل أبرز هذه المفاهيم وأكثرها أهمية هو مفهوم إمكانية الاتصال (Communication Potential) التي يتمتع أولا يتمتع بها مختلف أعضاء الجمهور . فهناك بعض الأفراد تتوافر لديهم إمكانية الاتصال بمعنى القدرة على إعطاء وأخذ المعلومات (to give and take information) وبالتالي تتزايد قدرتهم في عملية الاتصال ، وأيضا على تأثيرهم بمضامين أجهزة الإعلام . وقد أشار « ماكوييل ووندل » إلى أن إمكانية الاتصال تعتمد على ثلاث سمات رئيسية هي (١) :

١ — سمات شخصية ، فالإنسان له قدرات فطرية خاصة مثل الإبصار ، والقدرات المكتسبة مثل التحدث بلغات مختلفة ، واستخدام الآلات الحديثة ... الخ .

٢ — سمات تعتمد على المركز الاجتماعي للفرد الذي يتحدد عن طريق عدد من المتغيرات مثل الدخل ، التعليم ، العمر ، النوع .

٣ — سمات البناء الاجتماعي ، الذي يوجد فيه الفرد ، وتأثير الجماعة الأولية للفرد مثل الأسرة ، جماعة العمل ، جماعة الأصدقاء والنادي والدراسة والحزب ... الخ .

وبالإضافة إلى مفهوم إمكانية الاتصال ، يثير افتراض نجوة المعلومات أو المعرفة تساؤلات أيضا حول حجم هذه النجوة التي يمكن أن تحدثها أجهزة الإعلام في المجتمع . وكذلك حول ممر وجودها في المجتمع . فمن الواضح أن أجهزة الإعلام تثر للعديد من الموضوعات . وبالتالي هناك احتمال أن يوجد أكثر من نجوة . وأن هذه النجوات قد تبدو غير متجانسة أو متشابهة حيث أن نجوة المعلومات المتعلقة بالموضوعات السياسية مثلا أوسع من تلك المتعلقة بتزايد تكلفة المواد الغذائية خلال السنوات الأخيرة . كما أن النجوات المختلفة قد توجد لدى الأفراد بطرق مختلفة أيضا .

ووفقا لافتراض نجوة المعلومات ، فإن النجوات تميل في البداية للزيادة والاتساع بمرور الوقت ، ولكن بعد فترة معينة ، هناك احتمال لخلق هذه النجوة ، حيث تصبح الفئة الأقل تميزا من اللحاق بالفئة الأخرى ، وتتساوى معها في المعرفة بالموضوع ، ويطلق الباحثون على هذه الحالة الأخيرة « ينتهي تأثير » (Ceiling effect) (٢) . فالأفراد المتميزون والذين تتوافر لديهم قدرات

(١) انظر في ذلك : McQuail, D., and Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., P. 70.

(٢) انظر في ذلك : Donohue and other, Mass Media and Knowledge gap, op. Cit., P. 15.

اتصالية عالية ، يصلون بعد فترة الى حد التشبع ، ولا يصبح لديهم دافع للبحث عن المزيد من المعلومات حول الموضوع ، في حين يستمر تدفق المعلومات وانتقاله بأشكال مختلفة الى الفئات الأقل تميزا أو تنخفض قدراتهم الاتصالية حتى تصبح في النهاية على دراية كاملة بالموضوع مثل الجماعة الأخرى .

على أن بعض الباحثين يتحدثون عن احتمال فشل غلق عدد من هذه الفجوات ، خصوصا حول الموضوعات التي تواصل أجهزة الاعلام الاهتمام بها ، أو تلك الموضوعات التي لا تستمر هذه الأجهزة طويلا في مناقشتها . وهو الأمر الذي ينعكس في استمرار بقاء الفجوات بين الفئات الأعلى والأقل تعلما حول هذه الموضوعات . كذلك فإن شكل الرسائل الاعلامية ومستواها اللغوي ، وتوقيت اذاعتها ، ومكان نشرها ودرجة إبرازها تعد عوامل مهمة في استمرار بقاء أو عدم بقاء فجوات المعلومات (١) .

وأيا كان الأمر ، فقد توصل « دونيو » وزملاؤه الى بعض الافتراضات. **التي أراها مقولة الى حد كبير في هذا المجال وهي (٢) :**

١ — كلما امت قضية الى اثاره الاهتمام العام بالنسبة للمجتمع ككل. فإن هناك احتمال تزايد المعرفة حول هذه القضية حتى تصبح أكثر انتشارا بين الأفراد بصورة متساوية .

٢ — هذا التساوي من المحتمل أن يحدث بصورة أكبر عندما تظهر القضية في مناخ الصراع الاجتماعي .

٣ — هذا التساوي في المعرفة من المحتمل أكثر ان يحدث في الجماعة الصغيرة المتجانسة من الجماعة الكبيرة غير المتجانسة أو المتعددة (Pluralistic group).

وبمع وجاهة هذه الافتراضات ، كمنخل لدراسة وفهم تأثير أجهزة الاعلام، وما تمثله من رد على سطحية وسذاجة وجهة النظر التي تتبالح في مقدرة أجهزة الاعلام على التغلغل والانتشار داخل قطاعات الجمهور المختلفة ، أو خلق جمهور على دراية كاملة وبصورة متسabee بالموضوعات المختلفة التي تثيرها هذه الأجهزة وتوجيهها الانتباه الى أهمية التمييز بين قطاعات الجمهور ، وفقا لمبدأ إمكانية الاتصال ، عند بحث موضوع التأثير . إلا أن الافتراض نفسه يشوبه بعض أوجه الضعف ، منها : عدم التمييز بين أجهزة الاعلام المختلفة

(١) فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصال ، مرجع سابق ، ص ١٦١ .

(٢) انظر في ذلك :

Donohue and other, Mass Media and Knowledge gap, Op. Cit.,
P. 20.

نميا يتعلق بالعقدة على خلق أو غلق الفجوات المختلفة . فهناك احتمالات مثلا حول تمتع التلفزيون بقدرة أكبر على غلق الفجوات مما لدى الصحف والمطبوعات ، فعدد القنوات ، والمضمون المقدم بالتلفزيون أكثر تحديدا وتجانسا ، بينما في حالة الصحف ، فإن كل صحيفة تتوجه الى جماهير مختلفة بضمون أكثر تباينا وتشعبا .

كذلك ، فإن الافتراض يقصر الاهتمام على كمية المعلومات ومدى المسامح الامراد بها ، مع تجاهل طبيعة هذه المعلومات ، ومدى فهم الافراد لمضمونها الفعلي . ونفسلا عن ذلك ، فإن العلم بالموضوعات المختلفة سنوف يختلف وفقا لمزاج عتيبة يتجاهلها الافتراض ، منها مدى سهولة أو تعقيد الموضوع ، والفائدة المنتظرة من ورائه (الفائدة الخاصة) وسهولة الاتصال بين الافراد (الاتصال الشخصي) وظروف التغير التي يشهدها المجتمع .

والخلاصة التي يخرج بها الباحث من عرشه للمدخل التقليدي في بحوث التأثير ، ان هذا المدخل على ما يتضمنه من أفكار هابة ومغيدة ، وما طرا عليه من تطورات وتوجهات جديدة ، ليس كافيا بمفرده لبحث وتفسير تأثير أجهزة الاعلام . حيث يحصر اهتمامه في حركة الرسالة الاعلامية ، وأساليب انتقالها واستقبال المتلقي لها . ويهمل الطرف المقابل في العملية وهو الجمهور - على أهميته - ومدى حاجة هذا الجمهور لهذه الرسائل ، ومدى ملائمتها بخصائصه واهتماماته ورغباته ، وهو ما يتجه اليه المدخل الوظيفي في بحوث التأثير الذي نعرض له حاليا .

(ب) المدخل الوظيفي :

ينطلق هذا المدخل من افتراض مؤداه : ان تصرفات الافراد في المناسبات المختلفة ، محكومة بما يتولد لديهم من احتياجات خاصة ، وبسميهم الدائم لاشباع تلك الاحتياجات . وبالتالي ، يمكن مناقشة قضية التأثير من منطلق حاجة الافراد المتفرضة من أجهزة الاعلام والاشباع المفترض الذي يمكن ان يحصلوا عليه من هذه الأجهزة (١) .

وقد اتجه الباحثون الى التركيز على اعضاء الجمهور كمنصر متغير في عملية الاتصال لدراسة وتفسير عملية التأثير ، كرد فعل لفشل الكثير من

(١)

Rosengren, K., E., and Windahl, S., Mass Media Consumption as a functional Alternative, in McQual, D., (ed.), Sociology of Mass Communication, Penguin Books, England, 1979, P. 172.

البحوث في إيجاد دلائل محددة حول تأثير أجهزة الاعلام ، فقد دعا « كاتز » (Katz) الى الحاجة الى تقليل الاهتمام بالتبساؤل الخاص بماذا تفعل أجهزة الاعلام بالانفراد ، والاهتمام بدلا من ذلك بما يفعله الانفراد مع هذه الأجهزة . حيث تفترض وجهة النظر هذه ، انه حتى مضمون أجهزة الاعلام الذى يتميز بكفاءة عالية ، لا يمكن أن يؤثر تلقائيا على الانفراد الذين لا يملكون أن يستفيدوا منه في اطار السياق الاجتماعى والنفسى الذى يعيشون فيه (١) .

فالمدخل الوظيفى ، أو ما يطلق عليه البعض مدخل الاستخدام والاشباع (use and gratification approach) ، يقدم أسلوبا جديدا للنظر في العلاقة بين مضمون أجهزة الاعلام والجمهور ، حيث يفترض ، أن قيم الناس واهتمامهم ومصلحتهم واخوارهم الاجتماعية ، هى الاثوى تأثيرا على سلوك الانفراد ، وأن الناس بصورة انتقائية يكيفون ما يشاهدونه أو يسمعون أو يقرأونه على ضوء هذه الاهتمامات ولقد أوضح « دافسون » (Davison) أن العديد من نتائج البحوث قد اظهرت انه يمكن فهم الاتصال بصورة أفضل ، لو تم تفسيره على أساس أنه رباط بين الفرد وبيئته . وافترض أن تأثير الاتصال يمكن أن يفهم على أساس الدور الذى يلعبه في تمكين الناس من تحقيق علاقات اشباع أفضل بين أنفسهم والعالم من حولهم (٢) . وتكن قوة هذا المدخل في انه يوجه الانتباه الى أهمية التعرف على هدف الفرد من التعرض لأجهزة الاعلام ، كما انه يقترح ادخال عنصر جديد متغير ، لم يكن يؤخذ من قبل في بحوث تأثير أجهزة الاعلام .

وتتقسم بحوث التأثير التى تنطلق من هذا المدخل — كما هو الحال في المدخل التقليدى — الى بحوث قديمة وحديثة . فقد قام « نابلز وآخرون » (Naples and other) عام ١٩٤٠ بإجراء دراسة عن القراءة كعملية اجتماعية ، وقد اثارت هذه الدراسة سؤالين : الاول يدور حول : من هو القارئ ، وماذا يفعل ، وماذا يريد ؟ . والسؤال الثانى ، ماذا وكيف يضيف المطبوع لرغبات القارئ . وقد انتهت الدراسة الى أن دوافع القراءة تتضمن

(١) كتب كاتز هذا الرأى في مقالة بعنوان بحوث الاتصال الجماهيرى ودراسة الثقافة ، وأشار ماكويل الى هذه المقالة بالتفصيل في كتابه :
Mc Quail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op.
Cit., P. 109.

(٢) انظر في ذلك :

Davison, W., P., On the Effect of Communication, Public opinion Quarterly, 1959, Vol. 24, PP. 60 — 343.

البحث عن المكائنة والاسترخاء ، والرغبة في الاندماج مع الجماعة والبحث عن الابن والطمأنينة ، والاستمتاع بالمهارات الفنية . وإن الحالة النفسية للقراء تمثل الحد الأدنى المفهوم ، وربما الأكثر أهمية في التأثير الاجتماعي للقراءة .

مثل هذه النتيجة أكدها « فيرينج » (Fearing) عام ١٩٤٧ في دراسته عن الفيلم السينمائي ، فقد أوضح أن الفيلم السينمائي ، ليس أطارا ثابتا من المصنعي والافكار التي تستقبل من طريق عقل سلبي ، وإنما ما يكونه الفرد يتحدد عن طريق خلفيته واحتياجاته . وأنه يأخذ من الصورة ما هو مفيد له ، والذي من خلاله ينبئ أن يفهم تأثير السينما على الجماهير .

كما سعى « هيرزج » (Herzog) عام ١٩٤٤ ، إلى الوقوف على تصورات النساء للتمثيلات المقدمة في الراديو ، حيث لاحظت الدراسة أن النساء لديهن مجموعة من الرغبات التي تختلف عن ظروف حياتهم الخاصة ومشاكلهم . وقد أوضح « هيرزج » أن تعرض أفراد العينة لهذه التمثيلات قد أدى إلى إثارة الحائز والانطلاق العاطفي لديهم ، ومحاولة إيجاد بديل يعوضهم عما يلاقونه في حياتهم من صعوبات . وذلك عن طريق القضاء المسؤولة على شخصيات القصة . وقد لوحظ في هذه الدراسة ، أن المسلسلات قدمت الشخصية في صورة مثالية ، وأسلوب حياة متميز ، كما أنها احتوت على بعض المصغ بغية التكيف مع المشاكل الحقيقية للمستمعين :

كذلك يمكن أن تعتبر دراسة « بيرلسون » عام ١٩٤٩ ، التي سعى من خلالها إلى الوقوف على شعور الأفراد لانعقاد الصحبة اليومية خلال فترة اضطراب إحدى صحف مدينة نيويورك ، نموذجا آخر من البحوث التي اتخذت من المدخل الوظيفي منطلقا لها (١) .

وخلال حقبتى الستينيات والسبعينيات ، ظهرت العديد من البحوث والدراسات في إطار مدخل « الاستخدام والأشباع » سوف تشير إلى بعضها وشيكا ، ولكن المهم هنا أن نؤكد على أن الافكار الأساسية التي انطلقت منها هذه الدراسات قد حظيت بقبول متزايد بين الباحثين . وقد لخص « كاتز » وزملاؤه هذه الافكار فيما يلي (٢) :

(١) اعتمدنا في رصد هذه الأبحاث ، ولزيد من التفاصيل حولها انظر :
McQuail, D., Towards A Sociology of Mass Communication, Op.
Cit., PP. 71 — 65.

(٢) انظر في ذلك :

Katz, E., Blumler, J., and Gurevitch, M., Utilization of Mass Communication, Beverly Hills, Sage Publication, 1974, P. 5.

« هناك اسباب اجتماعية ونفسية للحاجات المختلفة للأفراد الذين تولد لديهم بالتالى توقعات من أجهزة الاعلام أو المصادر الأخرى ، وهو الأمر الذى يؤدي الى انبساط مختلفة من التعرض لأجهزة الاعلام ، التى تؤدي بدورها الى اشباع هذه الحاجات والى نتائج أخرى غير مقصودة » .

وبالإضافة إلى العناصر الأساسية التى ضمنها « كاتز وزملاؤه » فإن بحث الاستخدام والاشباع ، قد يتضمن أيضا الدوافع لاشباع الاحتياجات والمبادئ الوظيفية للوفاء بهذه الاحتياجات . فالتعرض لمضمون معين من مضامين أجهزة الاعلام ، قد يكون بديلا وظيفيا — على سبيل المثال — لأشكال أخرى من النشاط الثقافى . وببساطة تبدو العملية كما يلى (١) :

فرد معين له حاجة أساسية مثل الحاجة الى المتفاعل الاجتماعى مثلا ، من خلال الخبرة يتوقع هذا الفرد أن التعرض لمضمون أجهزة الاعلام أو استخدامه سوف يلبى له بعض جوانب هذه الحاجة ، وهذا يدفعه الى مشاهدة برامج معينة . أو قراءة أنواع خاصة من مضمون الصحف والمجلات ... الخ . وعندما يتحقق له الاشباع ، يمكن القول بأن استخدام الفرد لأجهزة الاعلام يعمل كبدل وظيفى للضغط الحقيقى

وقد قدمت هذه الإنكار ، أطار عمل للعديد من الدراسات الحديثة . فقد استخدم « كاتز وجرفيتش » هذه الإنكار عام (١٩٧٧) كمدخل لوصف التشابه والاختلاف بين مختلف أجهزة الاعلام فيما يتعلق بالوظائف والخصائص الأخرى التى تؤديها كل منها .

كما اعتد « روسينجرن » (Rosengren) على هذا المدخل فى دراسته حول استخدام الأفراد لمضمون أجهزة الاعلام ، وذلك للتمييز بين نوعين من مضمون أجهزة الاعلام : المضمون غير الاعلامى (Non informative) والمضمون الاعلامى (informative) . وقد أوضح « روسينجرن » (٢) أن المضمون الأول ، يقدم للأفراد مكانة فورية ، أما المضمون الثانى ، فانه يقدم مكانة مؤجلة ، أى انها قد تعود بالفائدة على الفرد فى وقت لاحق ، وبصفة عامة ، فإن الافلام والقصص البوليسية ، والموسيقى الشعبية ، واخبار الحوادث والجرائم والفرائب تنتمى الى المضمون غير الاعلامى أى المضمون الذى يغلب عليها الطابع الخيالى ، بينما الأخبار والوثائق ، والمقابلات

McQuail, D., and Windhal, S., Communication Models, (١)
Op. Cit., P. 76.

Rasengren, K., El., and Windahl, S., Mass Media (٢)
Consumption as a functional Alternative, Op. Cit., P. 177.

والبرامج حول الشؤون العامة تعد مضامين واقعية ، أى مضامين اعلانية بمعنى أنها تقترب من الواقع ووفقا لآراء « روسينجر » فإن المضمون غير الاعلامى يعد مكملا أو بديلا وظيفيا (Supplement or substitute functional) يشبع للأفراد الحاجة الى التعويض أو الهروب أو الى الخبرات البديلة . أما المضمون الاعلامى ، فإنه يستخدم كبديل وظيفى يلبى للأفراد الحاجة الى المعلومات والمعرفة .

وقد توصلت دراسة « هازرد » (Hazard) إلى أن القلق المبالغى يقود الى الاقبال على مشاهدة برامج التلفزيون الخيالية ، وبالذات بالنسبة للأفراد ذوى المستوى الاجتماعى والثقافى المنخفض . كما أوضح « براون » (Brown) فى دراسته عام ١٩٧٦ عن استخدام الطفل للتلفزيون ، أهمية تلك الوسيلة من حيث شواطئها المتعددة أو اعطائها أتباعا متنوعا لمعظم الأطفال ، مثل اتاحتها الفرصة لمعرفة كيف يعيش الآخرون ، وتقديمها شيئا للحديث عنه مع الأصحاب^(١) .

وإذا كانت مثل هذه الدراسات ، تعد حالات منفردة ، ومتعلقة بأنواع خاصة من مواد أجهزة الاعلام ، وأجريت على مجتمعات معينة ، ومن ثم يصعب الاعتماد عليها فى تقديم حكم عام لقدرة أجهزة الاعلام على التأثير الاجتماعى ، إلا أن هذه الدراسات ، قد أفادت فى التوصل الى اتفاق بين الباحثين على تصنيف رغبات الجمهور من أجهزة الاعلام ، حيث لوحظ فى عدد غير قليل من هذه الدراسات أن هذه الرغبات تتحدد فى^(٢) .

١ - الحصول على المعلومات والأخبار من البيئة المحلية والمجتمع الأكبر

٢ - المساعدة فى التخلص من القلق والوحدة والتوتر والمتاعب الشخصية . ويتم ذلك عادة من خلال الانخراط فى عالم خيالى وعن طريق ميكانزمات التوحد مع البطل أو البطلة فى القصة أو المسلسل .

٣ - الحصول على التأييد والامان وتأكيد الذات ، وتسهيل التفاعل الاجتماعى . وخلق موضوعات للمناقشة ... الخ .

٤ - الإحاطة بالطقوس المصاحبة لنشاطات الحياة اليومية التى تميز العصر ، وخلق الجو النفسى المساعد على التوحد مع البيئة .

كما أفادت الدراسات التى أجريت فى اطار هذا المدخل أيضا فى اظهار

McQuail, D., and Windahl, S., Communication of Models (١)
Op. Cit., P. 78.

McQuail, D., Towards A Sociology of Mass (٢)
Communication, Op.Cit., PP. 74 — 75.

أن الناس هي التي تفرض الاحتياجات أمام أجهزة الاعلام ، وأنهم موجهون في مشاهداتهم ، واستماعهم ، وقراءاتهم بواسطة مجموعة من القوالب التي تسمى للشباب الرغبات ، وأن هذه الاحتياجات والرغبات ، تنبع من طبيعة الشخصية ، ومن الظروف الاجتماعية . فضلا عن توجيه الاهتمام لأخذ رغبات الجمهور واحتياجاتهم في الحسبان ، في أي دراسة تستهدف بحث موضوع التأثير .

وبخلاف ما تقدم ، فإن هذا المدخل يعاني من أوجه نقد وتصور عديدة يمكن تلخيصها فيما يلي :

١ - قد لا يتمكن الفرد في جميع الأحوال من إشباع حاجته بطرق بديلة كما يفترض هذا المدخل ، فقد تقف عقبات اجتماعية أو مادية أو حتى جسدية أمام تلبية هذه الحاجات ، فالحاجة الى القراءة مثلا ، قد يجد منها عدم قدرة الفرد على شراء الجريدة ، أو عدم المعرفة بمهارة القراءة ، أو لانقضاءه حاسة البصر . ومن ثم تظل هذه الحاجة حبيسة لدى الفرد لا يستطيع إشباعها .

٢ - ليس من الضروري أن يرتبط تعرض الأفراد لمضامين أجهزة الاعلام نتيجة حاجات ذاتية يراد إشباعها . فقد تخلق أجهزة الاعلام نفسها الحاجات لدى الأفراد . فالفرد لديه حاجة للاطلاع على الصحيفة لجرد أنها عادة تعرضها مقتضيات وضرورات الحياة العصرية . كما أن هذه الأجهزة قد تخلق أحيانا وبتوجيهات معينة اهتمامات ومصالح ومطامح زائفة لدى الأفراد لخدمة أغراض خاصة .

٣ - ينظر هذا المدخل الى الحاجات على نفس المستوى ، فكل مضمون في أجهزة الاتصال ، يلبي حاجة أو إشباعا لدى الفرد ، دون الأخذ في الاعتبار قوة أو شدة هذه الحاجات وترتيب أولويتها . فهناك حاجات ملحة وأخرى أقل إلحاحا في حياة الفرد ، ومن ثم فقد يكون هناك احتياجات ملحة لدى الفرد في فترة معينة ولا يلبها المضمون المتعار في أجهزة الاعلام أثناء تلك الفترة .

٤ - لا يميز هذا المدخل بين مضامين أجهزة الاعلام المختلفة ، وما اذا كان الفرد ، وهو بصدد إشباع حاجاته يعتمد عليها جميعا . أم يكتفى بوسيلة أو أداة واحدة ، وما اذا كان يوجد تنافس أو تكامل بين أجهزة الاعلام في هذا المجال ؟

٥ - يفترض هذا المدخل ، أن أجهزة الاعلام لها مضامين مختلفة تلبي احتياجات مختلفة . في حين أن هذه الأجهزة في بعض المجتمعات ، وبالذات المجتمعات ذات الأنظمة الشمولية والديكتاتورية التي تمارس توجيهها صارما

على أجهزة الاعلام ، لا يوجد اختلافات أساسية بين مفاصلها وهى عادة ما تنسج احتياجات مثلث محددة .

٦ — لا يعنى مفهوم استخدام أجهزة الاعلام — كإذيل وظيفى وفقاً لهذا المدخل — الحكم بقوة هذه الأجهزة والتسليم بفاعليتها وتأثيرها على الجمهور ، فمشاهدة التلفزيون أو قراءة الصحيفة لتلبية احتياجات معينة لدى الفرد . قد لا يعنى تأثر الفرد بها قراءه أو شاهده . إذ قد تكون القراءة بهدف إضفاء المكانة على الفرد مثلاً ، أو الهروب من مشكلات الواقع دون أن يتأثر الفرد بضمونها . كذلك فقد يكون فتح الراديو فى المنزل للتسلية دون انصات تام من جانب الفرد لحقيقة ما يذاع أو يقال .

ثالثاً : المحددات الفاعلة فى تأثير أجهزة الاتصال :

يكثف العرض السابق للتصورات النظرية فى بحوث التأثير الاعلامى ان هذه التصورات يصعب الاعتماد عليها كمنطق لدراسة تأثيرات أجهزة الاتصال فى المجتمع . فمع ما تتضمنه من أفكار مهمة إلا انها تظل قاصرة عن تحقيق فهم أفضل لقضية بالغة التعقيد والتشابك كقضية تأثير أجهزة الاتصال يتساوى فى ذلك التصورات التى تنطلق من المدخل التقليدى أو تلك التى تنطلق من المدخل الوظيفى . ويصبح التحدى الحقيقى الذى يواجه الباحث فى هذا المجال ، هو محاولة البحث عن صيغة تجمع بين جوانب القوة فى هذه التصورات ، وتستبعد أوجه الضعف فى كل منها عند دراسة تأثير أجهزة الاتصال . ولدينا فان هذه الصيغة يمكن أن تتبلور فى المحاور التالية :

١ — ضرورة الوقوف على وضعية أجهزة الاعلام فى المجتمع وعلاقتها بالبناء السياسى والاجتماعى مع الأخذ فى الاعتبار علاقة هذه الأجهزة بالمؤسسات الدولية .

٢ — الاهتمام بدراسة القائمين بالاتصال فى المؤسسات الاعلامية والوقوف على خلفيتهم الاجتماعية والثقافية وأساليب تنشئتهم وتدريبهم الاعلامى ، وبيان مدى فهمهم لدورهم وعلاقتهم بالمؤسسة التى يعملون بها وتحديد تصوراتهم للجمهور الذى يتوجهون اليه وللقضية موضع التحليل .

٣ — الاهتمام بتحليل المشهور الاعلامى ذاته وتحديد سماته وخصائصه والوقوف على توجهاته العامة والرؤى التى يسعى الى طرحها وإثارتها وحجم الاهتمام بالقضية أو الموضوع محل الدراسة ، مع الأخذ فى الاعتبار مدى الانسجام أو التناظر بين المصالح الاعلامية المثارة عبر الوسيلة نفسها أو بين الوسائل الاعلامية المتنافسة المحلية منها والأجنبية .

٤ — فهم مختلف فئات الجمهور المتلقى ، والتعرف على سماتهم

وخصائصهم الاجتماعية والفكرية وكذا رؤيتهم لأجهزة الاعلام ، وسلوك تعاملهم معها ، والموضوعات التي تحظى باهتمامهم وأشكال الانتفاع التي تحققها لهم .

٥ — مدى الانسجام أو التنافر بين قنوات الاتصال الجماهيرية وقنوات الاتصال الشخصي حول القضية موضع التحليل .

٦ — تحديد وحدة التحليل المعنية بالتأثير ، الفرد ، الأسرة ، المجتمع ، المحلي ، المجتمع القومي .

وعلى ضوء هذه المحاور الستة السابقة يمكن فهم أشكال ومستويات التأثيرات التي تحدثها عمليات أجهزة الاعلام في المجتمع . بيد أن الكشف عن مثل هذه التأثيرات لا يقتنى في لحظة آنية، ولكن هي تأثيرات ذات طبيعة تراكمية يستلزم التعرف على أبعادها دراسة تتبعية ومقارنة وتتطلب في الوقت ذاته تكامل منهجي يستطيع أن يتناول الأبعاد المختلفة لهذه التأثيرات .

الفضل المختار

الاتصال والثقافة (أبعاد العلاقة)

الفصل الخامس الاتصال والثقافة (أبعاد العلاقة)

دارت المناقشة في الفصول السابقة حول الاتصال ، وتناولنا جوانب عديدة : مفهوم الاتصال ، وأنواعه ، ونهاجه ، وتقنياته ، ووظائف الاتصال في المجتمعات النابية ، والمحددات الفاعلة في تأثير الاتصال في هذه المجتمعات . وفي هذا الفصل نركز المناقشة على الطرف المقابل لوضوع العمل الراهن وهو الثقافة ، محاولين بداية التعرف على ماهية الثقافة وأبعادها ، ثم طبيعة العلاقة بين الثقافة والاتصال ، ودور الأخير في مجال الترويج الثقافي ، ونركز تحديدا في هذا المجال على قضية البث المباشر وتأثير الثقافات الواندة عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية ، باختصار يتناول الفصل مناقشة العناصر التالية :

١ - مفهوم الثقافة .

٢ - العلاقة بين الاتصال والثقافة .

٣ - الاتصال وانتشار الثقافي (البث المباشر) .

١ - مفهوم الثقافة :

على الرغم من شسوع استخدام كلمة ثقافة في الاحاديث العامة والكتابات المتخصصة ، إلا أنها لا تزال تختلط في اذهان الكثير بسبب تعدد معاني استخدامات هذه الكلمة ، دون اتفاق واضح على محولاتها . ويوجد للثقافة معنيان : الأول : لغوي ، وهذا لا خلاف عليه ، فالثقافة في اللغة العربية ، مجاز مأخوذ من تثقيب الرمح أى تسويته ، كما يورد مختار الصحاح معنى الثقافة ، فيقال ثقف الكلام ثقافة أى حذقه وفهمه وبسرعة (١) أما الثاني : فهو اصطلاحى وهو موضع خلاف بين الباحثين ، حيث تنصرف كلمة ثقافة الى معان كثيرة وتتفاوت من جهة التطبيق سعة وضيقا ، فقد يتسع المعنى ليشمل أسلوب حياة الناس ومادة قوم عليه من نظم وعلاقات بين الأفراد في تعاملهم مع بعضهم البعض ، بل وايضا ردود فعل الانسان على كل المثيرات التى تحيط به في العالم المحيط به ، وقد يشق معنى الثقافة

(١) : مختار الصحاح ، مكتبة مصطفى البابى الحلبي ، القاهرة ، ١٩٥٠

ليتمرن نفسه على مجالات الفنون والآداب وبعض جوانب العلم بالنسبة الى الصعوبة وحدها (١) .

وقد لاحظ «كروبر وكلاكهون» في مراجعتهم لمفهوم «الثقافة» في كتابات الباحثين أن هناك أكثر من مائة تعريف قدمت لمصطلح الثقافة (٢) من جانب علماء الأنثروبولوجيا والاجتماع وعلم النفس والاقتصاد والسياسة والجغرافيا والاتصال . ومن الطبيعي أن يركز كل عالم يمثل تخصص معين على محكات معينة وأن يعطى ثقلًا لظواهر من الثقافة دون أخرى بحسب ما ينصرف اليه اهتمامه التابع من تخصصه .

هذا التعدد والتباين الذي لاحظته «كروبر» وزميله في دراستهما لمعنى الثقافة انعكس أيضا في نتائج الاستبيان الذي أجراه أحد الباحثين المصريين لاستطلاع مفهوم محدد لماهية الثقافة ، فقد أظهر الاستطلاع ، عدم وجود تعريف متفق عليه بين من أجابوا على الاستبيان فمنهم من عرف الثقافة بأنها موقف عقائدي وأعي وفاهم عن المصالح المادية وغير المادية ، وآخر عرفها بأنها أسلوب حياة يسمى دائما نحو التطور والتقدم ، وعرفها آخرون بأنها مجموعة الانجازات التي حققتها مجتمعات من المجتمعات في حقبة تاريخية معينة . وغريب يرى أنها كل ما يعزز قدراته الإنسان وما يضيف اليه من معلومات وتجارب بحيث يصبح أكثر قدرة على مواجهة مشكلات الحياة (٣) .

ولما كان الأمر حول تعدد وغبوض مفهوم الثقافة واختلاف الباحثين في التوصل الى اتفاق محدد حول هذا المفهوم ، فإن استعراض عدد من المحاولات التي قدمها بعض الباحثين للتعريف للثقافة من شأنه هنا تسليط الضوء على هذا المفهوم ومساعدتنا في بلورة رؤية واضحة حوله تحقق أهداف العمل الراهن ، لقد ظهر مفهوم الثقافة أساسا في الأعمال الأنثروبولوجية المبكرة وبصفة خاصة لدى (تيلور) أحد أقطاب علم الأنثروبولوجيا ورواده الأوائل ، فقد عرف «تيلور» الثقافة في كتابه « الثقافة البدائية » بأنها :

(١) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، حول الملامح العامة لاستراتيجية للثقافة ، الدورة الثالثة ، يونيو ١٩٨٢ ، ص ١٦ .

(٢) نقلا عن محمد الجوهري ، الأنثروبولوجيا ، ط ١ ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٨٠ ، ص ٦٢ .

(٣) حسن الكاشف ، تعريف الثقافة ، دراسة ميدانية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام في مصر ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ١٩٨٣ ص ٩ .

« الكل المركب الذى يشمل المعارف والمعتقدات والفن والقانون والأخلاق والتقاليد والعادات وجميع القدرات الأخرى التى يستطيع الإنسان أن يكتسبها بوصفه عضواً في مجتمع » (١) . وأوضح « بدنى » أن « الثقافة » ، « هى مجموعة الأنماط السلوكية والفكرية التى يكتسبها الأفراد من خلال المجتمع والتى يؤمن بها ويقرها أفراد المجتمع ويكاثفون من أجل اطاعتها » (٢) .

واقترح « كوبر » تعريفاً للثقافة ، حاول فيه أن يجمع معظم العناصر التى حظيت بموافقة علماء الاجتماع ، فأوضح أن الثقافة تتألف من أنماط مستقرة أو ظاهرة للسلوك المكتسب أو المنقول عن طريق الرموز ، فضلاً عن الانجازات المتميزة للجماعات الإنسانية ، ويتضمن ذلك الأشياء المصنوعة ويتكون جوهر الثقافة من أفكار تقليدية وكتابة القيم المتصلة بها أما الانساق الثقافية فتعتبر نتاج السلوك من ناحية وتبذل الشروط الضرورية له من ناحية أخرى (٣) .

ويذكر « صلاح قنصوه » أن الثقافة هى الوجه الانسائى من العالم الطبيعي ، أو ما خلقه الإنسان وما يزال يخلقه ، وهى عتاده واسطوبه فى غزو الطبيعة أو فى استجابته لها . فإذا كان العالم الطبيعي يزورنا بالمواد الأولية ، فإن الثقافة هى التى تحدد أسلوب استثمار تلك المواد لخدمة مطالبنا ، وباختصار أنها أسلوب الحياة الذى ينطوى على معتقدات وعادات ومهارات ويتضمن البوارجع والأهداف التى تحث الفرد والجماعة على المشاركة فى إنشاء النظم والمؤسسات المساندة والروحية . كما تحمل فى باطنها المبادئ أو القيم والمبادئ التى تفرز بموجبها تلك الأساليب والنظم الثقافية نفسها ويحكم عليها وتصاغ الثقافة من مجموع جوانب ماعلية الإنسان على نحو ما يفصح عنها فى دينه وفلسفته وفنّه وعلمه ومن قبل ذلك فى لغته واساطيره وممره وكما تتجسد فى نظمه وتقنياته (٤) .

ويشبه « حامد عمار » وظيفة الثقافة فى الحياة الاجتماعية للأفراد بوظيفة البوصلة فى عبور البحار أو اجتياز القبار باعتبارها أداة هامة لما يأخذ المرء أو يدع من اتجاهات وممالك . وتتجلى الثقافة بصورة واضحة فيها يصنعها الإنسان أو ينتجها من أشياء ومواد وسلع ، وهى باعتاده

-
- (١) الطاهر ليب ، سوسولوجيا الثقافة ، الدراسات الخاصة ، معهد الأبحاث والدراسات العربية ، القاهرة ، ١٩٧٨ ص ١٢ .
 (٢) نقلا من حسن الكاشف ، مرجع سابق ص ٤ .
 (٣) قاموس علم الاجتماع ، ص ١١٠ .
 (٤) صلاح قنصوه ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية ندوات الاعلام فى مصر ، مرجع سابق ص ٢ .

من سلوك مع نفسه وعائلته ومحيطه وفيما يرغب فيه ويحبه ويؤثره ، وفيما يناهى عنه ويغضه من دوافع وما يحيطه من مواقف ، وفيما يعتبره جيلا أو تبيحا ، وباختصار تتجسد الثقافة في واقع الحياة من خلال تعامل الأفراد والجماعات مع الطبيعة ومع بقية البشر . وبالتالي فهي ليست أفكارا أو قيما مثالية وإنما تنعكس في الواقع المعاش الذي يصنعه الإنسان (١) .

ويميز « مؤاد زكريا » في تحديده لمعنى الثقافة بين ثلاثة معاني رئيسية للمصطلح (٢) :

المعنى الأول : وهو كل ما يضيفه الإنسان إلى ما يتلقاه من الطبيعة أو ما يجده فيها - فالإنسان كلوع بخلاف الحيوان يقوم بعمليات تحويل وإعادة تشكيل للطبيعة ، وهذه العمليات يمكن أن تتخذ طبعها ماديا ، كما هو الحال في الأدوات المادية التي يستخدمها في الزراعة أو الصيد مثلا ، أو طبعها معنويا ، كالتواعد التي ينظم بها مجتمعه ويتعامل بها مع الآخرين .

المعنى الثاني : فيكتفى بالجانب المعنوي فقط ، وفيه تعنى الثقافة المصادات والقيم التي يتميز بها مجتمع عن آخر واسلوب الحياة وطرق التفكير التي تسود حضارة معينة دون غيرها .

المعنى الثالث : وهو أضيق مما سبق وفيه تشير الثقافة إلى النواتج الرفيعة التي لا يبدعها ولا يتذوقها إلا فئة محددة من الناس داخل المجتمع الواحد كالشعر والموسيقى والفن التشكيلي والكتابات الثقافية بخلاف أنواعها . وهذا هو المعنى المستخدم عندما نتحدث عن إنسان مثقف أو عن وزارة للثقافة تقوم برعاية النواتج الرفيعة ولا شأن لها طبعاً بالثقافة بالمعنى الأول أو الثاني .

ومع صعوبة تبني الدراسة الراهنة بحكم طبيعتها الإعلامية للمعنى الأول من الواسع للثقافة ، الذي يشير إلى جوانبها المادية وغير المادية ، أو المعنى الثالث الضيق ، الذي يقتصر معنى الثقافة على النواتج الرفيعة ، فإن الدراسة الراهنة تأخذ بالمعنى الثاني للثقافة والذي يركز على الجوانب المعنوية ، ووفقاً لذلك يقتصر فهمنا للثقافة هنا على أساس أنها تعنى :

(١) حامد عمار ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكر العربي ، عمان ، مارس ١٩٨٦ ص ١٢١ .

(٢) مؤاد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت ، ١٩٨٨ ص ١٦ .

« أساليب الحياة الشائعة لدى جماعة أو مجتمع معين والتي تظهر في اقوال الناس وتصرفاتهم أو عاداتهم وتقاليدهم خلال حياتهم الجسمية » .

ويفيد هنا أن تسلط الضوء على بعض جوانب الثقافة بهذا النهم لا لذلك من علاقة بموضوع اهتمامنا :

١ - أن الثقافة ليست درجة من العلم يحققه الفرد أو درجة من التقدم يحتتها المجتمع ، ولكنها في حقيقتها هي الإنسان بكل مقوماته وزاجه وميوله ورغباته وعاداته ، وتقاليده .

٢ - تعمل الثقافة على تنظيم الحياة الاجتماعية بشكل يوفر لأفراد المجتمع ما أمكن من احتياجاتهم المعيشية وطرق الحصول عليها ، فهي بمثابة الوجه لسلك الأفراد والمحدد لردود أفعالهم في المواقف المختلفة في فترة زمنية .

٣ - لكل كيان اجتماعي هوية أو ذاتية ثقافية ، تشير إلى أساليب الحياة المعاصرة السائدة في هذا الكيان والتي تميزه عن أساليب الحياة السائدة في الكيانات الأخرى (١) .

٤ - الثقافة عملية تراكمية تاريخية . فالثقافة المصرية الرائنة مثلاً ، هي نتاج لكل المؤثرات والتجارب التي مر بها الشعب المصري عبر القرون المختلفة ومن أبرز مؤثرات هذه الثقافة ، المصدر المصري القديم ، والمصدر اليوناني والروماني ، والمصدر المسيحي ، والمصدر الإسلامي ، والمصدر المملوكي والعثماني مروراً بحملة نابليون ، وإسرة محمد علي والاحتلال الإنجليزي ، وأخيراً المصدر العالي المعاصر وخاصة المصدر الغربي (٢) .

٥ - لا تتحدد التمايزات بين الثقافات المختلفة في العناصر والمكونات المؤلفة لكل ثقافة وإنما تتحدد في العلاقات التي تقوم بين تلك العناصر ففي كل الثقافات توجد العناصر أو المكونات ذاتها ، الدين ، الزواج ، الحب ، عادات الطعام ، اللبس ، التعاون ، التكبر ... الخ . ولكن مع اختلافات المحتوى والوزن النسبي ، وطبيعة العلاقة بسائر العناصر ، ذلك أن العنصر أو المكون الثقافي لا يعمل بمفرده ككيان مستقل ، وإنما يعمل بواسطة بشر يفهمونه ويسرونه ويستخدمونه في اتجاه دون آخر ، فيأخذ التفكير مثلاً في مجتمع طباعاً عقلانياً وفي مجتمع آخر طباعاً غيبياً وهكذا .

(١) عبد الهادي الجوهري ، أصول علم الاجتماع ، القاهرة ، مكتبة النهضة الشرق ، ١٩٨٤ ص ٢٤٩ .

(٢) سيد عويس ، حول موضوع الذاتية الثقافية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام في مصر ، مايو ، ١٩٨٣ ، ص ٢ .

٦ — أن الثقافة باعتبارها نظم حياة ورؤى وعادات وتقاليد وقيم جماعية من الناس يمكن اكتسابها وتطبيع الأفراد الجدد عليها وهنا تلعب مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة ، والمؤسسات التعليمية والدينية ، والاتصال دورا مهما في هذا المجال .

٧ — تخضع الثقافة لعمليات التطوير والتغيير بفعل متغيرات داخلية أو ما يحيط بها من متغيرات خارجية^(١) . وهذا لا يمنع أن تكون بعض مكوناتها من الثوابت نسبيا وبعضها من المتحولات المتلاحقة في سرعتها النسبية . على أن عملية تغير المكون الثقافي لا معنى لقضاء نهائيا عليه وإخلال مكون آخر عوضا عنه ، ولكن تعنى تبدل في موقع المكون وزيادة أو تناقص أهميته والوزن النسبي له بالمقارنة بالمكونات الأخرى وفقا لطبيعة الظروف الداخلية والخارجية التي تحيط بالجماعة في فترة زمنية معينة .

٨ — تنتقل الثقافة من مجتمع إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى من خلال عمليات الاتصال والاحتكاك . وخلال عملية النقل يحدث تناسل أو صراع بين السمة الثقافية الوافدة والآخرى المحلية ، ووفقا لطبيعة و شروط الاحتكاك ، ونوعية السمة الوافدة ، ومدى قوة أو ضعف البنين الثقافي المحلي ، تتحدد نتيجة الصراع ، أما بالقبول والاندماج في النسيج الثقافي المحلي أو بالرفض وعدم القبول .

٩ — توجد دوائر مختلفة للثقافة ، فهناك الثقافة الرئيسية يتبعها كل أفراد المجتمع ويخالف كل من يخالفها ، وهناك الثقافة الفرعية التي تقتصر على نطاق جغرافي أو بشري أو سلافي معين ، وهناك الثقافة الرسمية التي تثباها المصفوة الحاكمة أو المظفة وتعتبر عن مصالحهم وطموحاتهم ، والثقافة الشعبية التي قد تعبر عن خط مضاد تماما للثقافة الرسمية لتعكس آمال وأحلام الجماهير المتهورة في الغالب .

٢ — العلاقة بين الاتصال والثقافة :

تتداخل العلاقة بين الاتصال والثقافة وتتشابك إلى الحد الذي جعل بعض الباحثين ينظر إلى الاتصال والثقافة باعتبارهما وجهان لعملة واحدة . فقد أوضح « إدوارد هول » E. Hall في كتابه عن اللغة الصامتة « أن الثقافة اتصال على اعتبار أن العادات والتقاليد والتراث والمخبرات والقيم والمعارف المختلفة كلها تنتقل بين الأشخاص والجماعات والأجيال . وهذا

(١) على عبد الرازق الحلبي ، المجتمع والثقافة والشخصية ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨٨ ، ص ٧٥ .

الانتقال أو النقل والتوصيل هو ما يعطيها صفة الاستمرارية والبقاء في الوجود (١) .

كذلك تعتبر طرق الاتصال ذاتها جزء من الثقافة السائدة ، فاللغة والحركات والاشارات والايامات ... الخ . وهى عناصر ثقافية ، أدوات في الوقت ذاته لنقل الثقافة وتوصيلها ، وقد أوضح « مارشال ملكوهن » صاحب العبارة الشهيرة « الوسيلة هى الرسالة » أن أدوات الاتصال جميعا تعتبر امتدادا لحواس الإنسان لها دورها في تغيير هذا الإنسان والتأثير على أسلوب حياته أى ثقافته (٢) .

كما يلتقى الاتصال والثقافة في أوجه كثيرة فمن ناحية ، نجد أن كل العمليات الثقافية لا تخلو من تفاعلات اتصالية ، وكل العمليات الاتصالية لا تخلو من تفاعلات ثقافية (٣) ، وفي ذلك تشكل الثقافة معظم المضامين التى تغطيها العمليات الاتصالية ، كما يساهم الاتصال في نشر المعارف ودفع مجلة الأنشطة الثقافية وفي انتفاع الأفراد بصفة عامة بالنتاج الثقافى والمشاركة في الحياة الثقافية (٤) .

وبمع هذا التداخل بين الاتصال والثقافة ، إلا أن الاتصال بأنماطه المختلفة لا يمكن أن يعكس الثقافة أو يكون بديلا عنها ، ذلك أن الثقافة تشمل وأعم من الاتصال ، فهى تعكس الوجه الحفارى للمجتمع ولها مجالاتها المتعددة ، أنها كما أشرنا من قبل أسلوب حياة الأفراد في مجتمع معين في حين أن الاتصال وبالذات في المجتمع النامى ، يعكس وجهة نظر معينة وهى ليست بالتاكيد كل مستهلكات الثقافة الموجودة في هذا المجتمع .

وقد انضى تطور أساليب الاتصال ، وما أحدثته التكنولوجيا الجديدة الى المزيد من التباعد بين الاتصال والثقافة بمفهومها الأشمل . فقد وجهت اتهامات عديدة الى أجهزة الاتصال الحديثة باعتبارها أجهزة ساعدت على نشر ونرويج الثقافة الرخيصة بدلا من الثقافة الجادة التى تعبر عن صميم حياة الناس في المجتمع ، فهذه الأجهزة تقدم مواد اتصالية على درجة عالية

(١) نقلا عن ، أحمد أبو زيد ، الاتصال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨٠ ، ص ٣٢٦ .

(٢) وليام ريفرز وآخرون ، وسائل الاعلام في المجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم إمام ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١ ، ص ٤٩ .

(٣) المجلس القومى المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والادب والاعلام ، الدورة السادسة ، يونيو ١٩٨٥ ص ٩٥ .

(٤) سعيد لببيب ، الأمن الثقافى في مجال العمل الانعائى ، مجلة الدراسات الاعلامية ، أكتوبر / نوفمبر ١٩٨٧ ، ص ١٠ .

من المفاهمة والفضالة والسطحية تعتمد في الأساس على الاثارة والتشويق بدلا من العمق الامر الذي أصاب الحياة الثقافية في المجتمع الحديث بالمعتم والانحطاط الثقافي (١) . وهو المعنى الذي أشار اليه « طه حسين » حينما مسئل عن اثر أجهزة الاتصال الحديثة وبالأذات الراديو والتلفزيون على الثقافة فكان رده ان اثرها كان سلبيا لأن البعد الذي أضفاه الى ثقافة الانسان كان سطوحيا ولم يكن عميقا ، صحيح أن هذه الوسائل لا تخلو من جرعات ثقافية ولكنها ليست بالقدر الكافي من غذاء الفكر الذي يحتاجه عقل الانسان لينبثه الثقافي (٢) .

كما افضت هذه الأجهزة ، بسبب تبليغ قدرات الأفراد على التعامل معها الى اتساع نطاق الهوية الثقافية في المجتمع بين من يستطع التعامل مع هذه الأجهزة ، ويعتمد عليها في غذائه الثقافي وبين من لا يستطيع التعامل معها لفصون إكباته الشخصية او الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية ، وهي الهوية التي تساهم في احداث التفكير الثقافي بدلا من الانتهاج والتكامل .

وايا كان الامر ، فان فيها أفضل للعلاقة بين الاتصال والثقافة لمن يتحقق بعيدا عن فهم الظروف المحيطة بعمليات الاتصال وبناء القوة السائد في المجتمع ، ذلك لأن عمليات الاتصال ، كما اثرننا سلفا تخضع للضبط والاحتكار والسيطرة والتوجيه من جانب جماعة الضغط واصحاب النفوذ والمصالح في المجتمع ، الامر الذي يلى على قنوات الاتصال الانتهاج على التعبير عن هذه المصالح والاهتمامات دون غيرها مما يجعل الثقافة التي تحملها تمثل ثقافة نخبة معينة وليست ثقافة المجتمع ككل . وهذا يقود الى اهمية استخدام منهج التحليل الطبقي للاتصال ، وهو المنهج الذي يعتمد على المقولات الرئيسية التي تركز على آليات انتاج الاتصال للكشف عن الايديولوجيا التي تحاول الجماعات الاجتماعية السيطرة سواء على مستوى المجتمع المحلي او القومي أن تطرحها من خلال وسائلها المتعددة في تشكيل رؤى وقيم بعينها (٣) .

ان الاتصال وكذلك الثقافة نتاج لواقع موضوعي ، وافتراز للاوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في المجتمع ومن ثم يتأثر كلاهما بهذه الاوضاع ، فالثقافة في مجتمع ما تتأثر بالاوضاع السياسية والاقتصادية التي تسود هذا المجتمع في حقبة معينة ، فتعمل بعض

(١) احمد أبو زيد ، الاتصال ، مرجع سابق ص ٣٣١ .

(٢) نقلا عن ابراهيم المسلمان ، مقابل غير متوازن ، مجلة العربي ، مايو ، ١٩٨١ ، ص ٦١ .

(٣) نادية سالم ، الهوية بين وسائل الاتصال والهوية الثقافية الشعبية الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ٢ .

عناصرها على البعض الآخر أو تنفر أهداف بعض العناصر لتتلائم مع الأوضاع الجديدة . ففي حقبة السبعينيات على سبيل المثال ، شهد المجتمع المصرى تغيراً فى التوجهات السياسية والاقتصادية ، وهى التوجهات التى اتجهت نحو تشجيع العلاقات الاقتصادية الليبرالية والاخذ بالاسلوب الرأسمالى فى الإدارة والحكم (١) . وقد واكب ذلك على الفور تغيرات فى البناء الثقافى حيث سادت ، نتيجة لهذا التحول ، على قمة البناء الثقافى القيم المادية والاستهلاكية وتغيرت مستويات التقييم الشعبى ومعايير الحكم على الاشياء واخذت قيمة التعاون مثلاً كعنصر ثقافى ، فى ظل هذا التحول أهدافاً مغايرة للأهداف التى كانت تسمى لها هذه القيمة فى فترة سابقة فالتعاون أصبح مع الظروف الجديدة ، ليس من أجل المجموع أو عمل الخير ، ولكن من أجل النفع الفردى وتحقيق النجاح بالطرق المشروعة وغير المشروعة .

ولمعب الاتصال الذى كان أكثر تأثيراً بهذه التحولات دوراً تدعيمياً ومسانداً لهذه التغيرات فاصبحت الاشتراكية ، والقومية العربية التى كانت تروج لها قننات الاتصال فى حقبة الستينيات . سبباً للمعاناة اليومية للجماهير ، وألسد العالى رمز الثحدى والسمود والإرادة ، يستقلاً عن تدهور الأرض الزراعية ، ومجانية التعليم مسئولة عن تدهور التعليم والولايات المتحدة التى كانت تقدم الى الجماهير باعتبارها العدو اللدود ، أصبحت فى هذه الفترة الصديق الصدوق ، والانفتاح الاقتصادى ، أصبح ضرورى ، لان الانغلاق سبب لنسا الكوارث ، والمشروعات الحرة ينبغى تدعيمها لأن القطاع العام أثبت عدم جدارته ، وعكست المضامين الاعلامية وبالذات تلك التى تحملها قنوات الاتصال الجماهيرى القيم الفردية والمادية والاستهلاكية على النحو الذى كشفت عنه دراسات تحليل المضمون لهذه القنوات (٢) .

وهكذا يصعب فهم العمليات الاتصالية والثقافية فى المجتمع بعيداً عن فهم الايديولوجيا السائدة ، ذلك ان الممارسة فى النهاية سوف تكشف من

(١) للوقوف على عرض مفصل للأوضاع السياسية والاقتصادية لهذه الفترة انظر : : عادل حصين ، الاقتصاد المصرى من الاستقلال الى التبعية ، ج ١ ، ج ٢ ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢ .
(٢) انظر على سبيل المثال الدراسات التالية :

— نادية سالم ، اثر اعلانات الصحافة والتلفزيون على تغير الذوق المصرى بعد سياسة الانفتاح الاقتصادى ، المؤثر الدولى التاسع للاحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكانية ، المركز القومى للبحوث ، ابريل ، ١٩٨٤ .

— عبد الفتاح عبد النبى ، دور الصحافة فى تغير القيم الاجتماعية ، رسالة دكتوراه ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .

محاولات لتكريس مفاهيم هذه الايديولوجيا وتطويع العناصر الثقافية السائدة لصالح الايديولوجيا المسيطرة وان طبيعة العلاقة بين الاتصال والثقافة سيتحدد على ضوء العلاقة التي تربط الفكر بالسلطة والجماعة الحاكمة ، والسيطرة الكاملة التي تمارسها السلطة على أوجه النشاط الاتصالي والثقافي ومن هذا المنظور نعتقد ان الاتصال يوظف لصالح منح السلطة اقصى درجة من السيطرة والتحكم في مجالات النشاط الثقافي في المجتمع .

بيد ان اللات للنتظر في هذا المجال ، هو ان الجماعات المسيطرة في المجتمع تتجه لمصياغة ايديولوجيتها في اطار من الثقافة الشعبية السائدة ، بعد محاولة تطويع عناصر هذه الثقافة وتجريدها من سياقاتها الشعبي واعادة تحقيق الترابط المصطنع معها في شكل نسق فكري جديد يعبر عن السلطة الحاكمة ويساعد على ذلك ، عدم تجانس وتنافس العديد من مكونات الثقافة الشعبية بفعل اختلاف المواقف والخبرات وتباين أوضاع المشاركين فيها فتنتقى هذه الجماعات من هذه المكونات الثقافية الجانب الذي يدعم مواقفها ويحقق مصالحها ويربر شرعية ممارستها وتحاول ترويجها عبر اجهزتها ومؤسساتها المختلفة بما فيها اجهزة الاتصال (١) .

كما ان قنوات الاتصال التي تتولى من جانبها الترويج لايديولوجية الجماعة المسيطرة فستستخدم العناصر الثقافية نفسها ليست فقط بهدف نشر وترويج رؤى ومواقف هذه الجماعة ، كما اشرنا نوا ، ولكن ايضا بغية تحقيق أقصى قدر من التأثير والفاعلية لعملياتها ، ففي المجتمع المصري على سبيل المثال يعتبر الدين هو احد المكونات الرئيسية للثقافة المصرية ، فقد عرف عن المصري على مر العصور منذ اخناتون اول الموحدين تدينه الشديد وشغفه المستمر بالامور الدينية وتريده الحكم والمواظب الدينية (٢) .

وتدرك اجهزة الاتصال اهمية هذا العنصر ودوره في تحقيق الانتفاع والترويج لأفكار ورؤى الجماعات الحاكمة ، ولذلك تحرص هذه الاجهزة كل الحرص على افتتاح وانهاء برامجها بثلاثة آيات من كتاب الله والاهتمام بالحياة المناسبات والاعياد الدينية والاكثار من البرامج والصفحات الدينية وخلال هذا الاهتمام يجرى التأكيد على ان الدين يحض على طاعة اولى الامر

(١) محمد عبد النبي ، ثقافة الفلاحين وايديولوجية الدولة ، مجلة دراسات اعلامية ، المجلد ٤٤ ، يوليو / سبتمبر ، ١٩٨٦ ص ١٢٩ .

(٢) سيد عويس ، حول موضوع الذاتية الثقافية المصرية ، مرجع مسابق ص ٥ .

(اى الحكام) والدين يرفض العنف والمخروج من النظام ، والدين يحرم البذخ والاسراف ، والدين لا يعارض تنظيم الاسرة الى غيرها من الافكار والمقولات التى تنزع من سيقاتها وتحورها لخدمة مصالح معينة .

كذلك ، فان الثقافة الشعبية تعلى من قيمة الاصل فتميز بين نوى الاسسول الوضيعة (الدون) وهم اولئك الذين لا ينتمون الى عائلات تحظى بمكانة او سمعة طيبة وبين «اولاد الاصول» من نوى الحسب والنسب^(١) . وتسعى قنوات الاتصال المختلفة للاستفادة من هذا العنصر الثقافى وتطويعه لصالح العملية الاتصالية لمحاوّل الافراد من مختلف الفئات فى تعاملهم مع الآخرين التأكيد على عراقة وسمعة وشرف العائلات التى ينتمون اليها ، كما تحاول أجهزة الاعلام الرسمية اتباع النهج ذاته حيث تفرط فى الحديث من شرف مصر ، وعراقة مصر ، وأمجاد شعب مصر ، وبالطبع يقرن ذلك بشخص الرئيس باعتباره رمزاً لمصر .

كذلك ، تجد الثقافة الشعبية البطل والبطولات^(٢) . (أبو زيد الهلالي ، غنتر بن شداد ، أدهم الشرفاوى ... الخ) فنتج أجهزة الاعلام الى افساد حالة من التضخم والتغالى على تصرفات القادة والزعماء ، وتخلع عليهم صفات البطولة والاحترام وتستخدم فى ذلك تعبيرات من قبيل الزعيم الملهم ، وبطل حرب أكتوبر ، وبطل الحرب والسلام ، صاحب الخرية الاولى الى غيرها من الصفات التى لها فعاليتها ووقعها فى اطار الثقافة الشعبية وهكذا .

على ان استخدام قنوات الاتصال لعناصر من الثقافة الشعبية لتدعيم عملباتها واضفاء المشرقية على ممارسات الجماعات التى تسيطر على هذه القنوات لا يعنى دوما نجاح الاتصال فى تحقيق اغراضه ، ذلك لان انتزاع العنصر الثقافى من اطاره الطبيعى وتحويره للتأكيد على معانى معينة والتفاضى عن البعض الآخر ، يؤدى الى تشويه هذا العنصر ، واضعاف قدرته على القيام باداء وظائفه الاصلية التى يؤدىها فى نطاق الثقافة الشعبية . فالدين الذى يحث على اطاعة اولى الامر يقرن ذلك بمواصفات وشروط يلتزم بها الحكام ، كما ان عراقة الاصل والنسب لها ايضا معاييرها فى الثقافة الشعبية وهى اما تحقيق المكانة والملكية والثروة ، او الشرف والاستقامة وحسن الخلق كذلك فان البطولة والزعامة لها مواصفاتها وانجازاتها غير

(١) محمد عبد النبى ، مرجع سابق ص ١٢٧ .

(٢) حامد ربيع ، الثقافة العربية بين الغزو الصهيونى و ارادة التكامل العربى ، دار الموقف العربى ، القاهرة ، ١٩٨٣ ص ٤٦ .

العادية ، فإذا لم تتحقق هذه المواصفات ، ثلاثت فاعلية استخدام العنصر الثقافي ، وهو الأمر الذى يتجاهله القائلون بالاتصال .

٣ - الاتصال والانتشار الثقافي (البث المباشر) :

تؤدى بناء المناقشة السابقة للعلاقة بين الاتصال والثقافة الى تناول وجه آخر لهذه العلاقة ، وهى الحالة التى يقوم خلالها الاتصال بإدخال مضامين ثقافية الى بيئة غير بيئتها الأصلية ، وهى العملية التى حظيت باهتمام الباحثين وخبراء التنمية وتزايدت أهميتها فى الوقت الراهن بعد الفترة الهائلة التى تحققت فى مجال الاتصالات وسهولة إتاحة المعلومات على نطاق الكوكب الأرضى كله واستخدام أتمار الاتصالات التى تنقل ثقافات المجتمعات ذات الإمكانات الاقتصادية والتكنولوجية الواسعة الى كل ركن من أركان الأرض مما يترتب عليه انتشار ما يمكن أن نسميه بالثقافة العالمية على حساب الثقافات المحلية (١) .

وقد حاول « سروكين » وصف العمليات المترتبة على الاحتكاك الثقافى بين الثقافات المختلفة وحدد هذه العمليات فيما يلى (١) :

١ - تتجه الأشكال الثقافية المتجانسة الى المرور بسرعة من ثقافة الى أخرى .

٢ - تتجه الأشكال الأيسر والأكثر أهمية الى العبور بسرعة أيضا .

٣ - تواجه العناصر الثقافية غير المتجانسة بين الثقافة المتقولة والمثلية صعوبة كبيرة فى الاندماج والتداخل .

٤ - تتصارع القيم الأكثر تناقضا فى الثقافتين ، فإذا لم تكن ذات قوة متكافئة يضعف أحدها الآخر ، بفعل استمرار الاتصال .

٥ - تندمج القيم وبخاصة المحايدة منها ، ولكن لا يحدث ذلك بنفس السهولة التى تندمج بها القيم المتجانسة .

وبصفة عامة يترتب على نقل العنصر الثقافى الجديد عبر قنوات الاتصال الى البيئة المحلية حدوث حالتين من حالات التكيف وهما حالة

(١) غواد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقافة العربية ، مرجع سابق ص ٢٧ .

(١) انظر فى ذلك :

Sorokin Pitiring, Society, Culture and Personality, Harper & Brother N.Y, 1947, . 758.

المقبول أو حالة الرفض^(١) . ففي حالة قبول العنصر الثقافي الجديد تنشأ مجموعة من العمليات منها التعديل والتوافق والحذف والتكامل ... الخ . حيث يجرى في مرحلة التعديل والمواءمة تفسير السمات الجديدة وتصورها على أساس منطق الثقافة القديمة فعلى ضوءه تكون العناصر الجديدة واضحة لأعضاء الجماعة المطلقة ، كما لها أن تتعايش في توافق مع الثقافة القائمة وأن تجد لها مكانا فيها .

ويترتب على توافق أو تلائم العنصرين الثقافيين الى قيام ظاهرة جديدة وهى المشاركة أو التهجين بين الثقافتين يترتب عليها أن تنشأ منها ثقافة أخرى هجين تتعادل فيها العناصر الثقافية المختلفة . وبعد مرور الوقت تحدث عمليات الحذف والتخلص من العناصر القديمة التى يكون العنصر الجديد قد ورث وظيفتها . ثم تأتى مرحلة التمثيل الكامل التى يتم خلالها تنويع احدى الثقافتين واختفائها وإجلال الثقافة الباقية محلها ، وتقع حالة الرفض بسبب عدم المقدرة على تكامل العنصر الثقافى الجديد مع العناصر القديمة ، وعدم المقدرة على المفاخرة وتقبل العنصر الوائد ، ورسوخ التقاليد القديمة وشدة مقاومتها للاخذ بالانكار والاتجاهات الجديدة ، ووجود تمايزات ونروق اجتماعية ... الخ . وقد تأخذ حالة الرفض شكل التجاهل من جانب أفراد المجتمع أو الهروب المادى والاغتراب أو قد تأخذ شكل ثورة واضحة .

وأيا كانت نتائج العمليات المترتبة على ادخال العناصر الثقافية الى البيئة المحلية ، فان الامر الأكثر اهمية هنا هو تلك الاوضاع التى خلقتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات تلك الخاصة بالبحث المباشر غير الاتصار الصناعية والتى فى اطارها تتاح الفرصة واسعة للثقافة بعينها ، هى ثقافة تلك المجتمعات التى تملك هذه التكنولوجيا للانتشار على نطاق لم يكن اجد يحلم به فى أى عصر مضى والتواجد المستبر والحذف والضغوط على ثقافات أخرى محلية أصيلة ليست أمامها الا التلقى ، وتتضائل أمامها فرص الاختيار والانتقاء التى كانت تميز من قبل عمليات الاتصال الثقافى بين المجتمعات .

وفى ظل هذه التكنولوجيا الجديدة ، أصبح من الممكن للفرد المبادئ محدود الدخول خلال السنوات القلائل القائمة أن يمتلك مستقبلا صغيرا للنفسيه . يمكنه من التقاط ارسالا تليفزيونيا ملونا صليدا من مكان يبعد عنه آلاف

(١) جلال مجبولى ، الاجتماع الثقافى ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ، ١٩٧٦ ، ص ٢٠٤ .

الأميال بدون الحاجة الى محطات التغذية المستعملة داخل البلدان المختلفة في الوقت الراهن .

وقد بدأت اقمار البث المباشر منذ عام ١٩٨٩ أول عملها باعتبارها اقمرا للاتصالات والبث التلفزيوني ، وفي مصر استطاع قطاع الهندسة الاذاعية باتحاد الاذاعة والتليفزيون التقاط عدد من برامج قنصوات الاقمار الاوربية التي تقع مصر في نطاق اشعاعها مما يشير الى امكانية استقبال بث هذه الاقمار وما يستجد مثيلا لها (القمر الاسرائيلي) بواسطة هوائيات طبقية صغيرة رخيصة الثمن نسبيا (١) .

وقد لفقت قضية البث المباشر وتأثيراته المرتقبة على المجتمع انتباه الكتاب والمفكرين بشئون الاعلام في مصر منذ مطلع الثمانينيات (٢) وأثرت هذه القضية على صفحات الصحف وفي عدد من الجلسات والندوات العامة . بيد أن المتابع لسير المناقشات التي دارت حتى الآن حول هذه القضية وما ظهر من آراء وانكار حولها ، يلاحظ تضارب هذه الآراء وتباين منطلقاتها وغلبة الطابع الانفعالي بعامة عليها ، وغيباب التحليل المتعمق والرؤية للمسؤولية التي تقع القضية في اطرافها الصحيح . فهناك من رحب بمقدم هذا البث ، ووجد فيه إثراء للثقافة الانسانية وفرصة طيبة ومبصرة للاطلاع على منجزات العصر ، وهناك من أعرب عن مخاوفه وأثار في ذلك قضايا لأمن الثقافي ، والغزو الفكري والذاتية الثقافية التي مستعرض للتهديد . ويتناول فريق ثالث القضية من منظور سياسي ضيق وأعرب في ذلك عن غبطته لما يتيحه البث المباشر من فرصة طيبة للتخلص من احتكار السلطة للمعلومات ومن الممارسات المملة لأجهزة الاعلام المحلية .

وأيا كانت الطريقة التي عولجت بها قضية البث المباشر وتضارب الآراء والتصورات المطروحة حولها ، فانه يمكن بلورة ثلاثة اتجاهات اساسية حول هذه القضية من المفيد مناقشة كل منها قبل ان نعرض لرأينا في هذا الموضوع .

الاتجاه الأول : وهو الغالب ، ويتحدث انصاره عن مخاطر البث المباشر على الثقافة المحلية وتحدد الأفكار الرئيسية لدى أنصار هذا الاتجاه على النحو التالي :

- (١) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الدورة الثامنة ، يونيو ، ١٩٨٧ من ١٨٥ .
- (٢) راجع على سبيل المثال تقارير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب ، ابتداء من الدورة الرابعة ١٩٨٢ / ١٩٨٣ وما يليها من دورات .

إن العالم الآن يقف على أبواب ثورة اعلامية جديدة والتي بدأت خلالها في البث التلفزيوني المباشر ، وهو البث الذي يمكن أن يكون في جانب من جوانبه تطورا خطيرا للبعثات التعليمية والتثويرية التي كانت فيها مضي وسيلة الاتصال الفكرى بالشعوب التي كان يراد احتواؤها فكريا ووجدانيا ، ويتوهم البث التلفزيوني المباشر بهذه المهمة بطريقة اعم واسرع وابلغ اثرا بلا حاجة الى بعثات ومبعوثين في هذا المجال . ومع هذا البث سوف تكون بلادنا مستهدفة لزحف فكرى جديد من جانب الدول التي تملك الاتمار الصناعية وهو الزحف الذي يستهدف تدمير الذاتية الثقافية للمجتمعات المحلية وغرض هيبة الثقافة المغربية (١) .

وهكذا يبدو العالم وكأنه مقبل على فصل آخر من فصول التاريخ الاستعماري ، تحاول فيه الدول الكبرى مرة اخرى السيطرة على الدول الصغرى غير الصناعية والتي تعاني من مشكلات الفقر ونزوح الموارد ، فعندما قامت الثورة الصناعية في أوروبا لم يكن باستطاعتها أن تستمر سوى بوجود السكك الحديدية والبواخر التي سهلت نقل المواد الخام من المستعمرات الى المراكز الصناعية والامر يتكرر مرة اخرى في ظل ثورة الاتصال الراهنة مع الفسارق ، فبدلا من المصانع ، نجد بشوك البيئات واجهزة الكمبيوتر هي اليوم اهم اركان العصر الجديد ، وبدلا من السكك الحديدية والبواخر نجد الاتمار الصناعية هي وسائل المواصلات الحديثة ووسائل جمع البيانات والمعلومات وتوزيعها ايضا وهو ما يعزز علاقات التبعية ويشكل صغوة ترسل وكثرة تطلعي ذولا تزداد غنى وتقدما ، واخرى تزداد فقرا وتظلفا (٢) .

ومع أن البلدان المتخلفة ، كانت وما زالت تخضع واتعبا لسيطرة اعلامية من جانب البلدان المتقدمة وأن حجم تنفق المواد الاعلامية من جانب هذه البلدان الى الدول المتخلفة وفقا لتقارير اليونسكون هو نسبة ١٠٠ الى ١ أى ما يوازي مائة ساعة ارسال من الغرب الراسمالي تقابله ساعة واحدة من العالم النامي اليه ، الا أن التطور الجديد في مجال البث المباشر يجعل معه مخاطر اتساع نطاق هذه السيطرة الفكرية ، وغدوان القدرة على مقاومتها أو التحكم المحلي فيها هو واند ، مثلما كان متاحا أو ممكنا على الاصل من قبل ، إذ سيجد الانسان العربى نفسه مثلا امام مضامين وافدة

(١) مجلس الشورى تقرير لجنة الخدمات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للانسان المصرى ، دور الاتمقاد العادى السادس ، ديسمبر ١٩٨٥ هـ ، ٢٤ .

(٢) حمدي قنديل ، الأبعاد الدولية لاستخدامات الاتمار الصناعية ، منتدى الفكر العربى ، هــ١٩٨٦ من ٦١ .

تحل قيسا وأفكارا مختلفة بلا رقيب يعطيه ما يشاء ويحذف عنه ما يشاء إلا نفسه وضميره وقيمه ومبادئه ، ولن يكون لديه اختيار أو رغبة في منع تسلسل هذه المضامين إلى بيته ، وإذا كانت هذه المضامين تصل حاليا بطرق أخرى من خلال الإذاعات الأجنبية الموجهة ، والصحف الأجنبية دون مخاطر تذكر . إلا أن الأمر جد مختلف في حالة البث التلفزيوني المباشر ، إذ أن اللغة في الحالة الأولى كانت عامل حاسم في الحد من انتشار تأثير هذه المضامين في حين أن هذا العامل يعد أقل فاعلية في الحالة الثانية ، حيث تعد الصورة هنا أكثر تعبيرا من اللغة من حيث التأثير .

لقد طرأت بالفعل تغيرات حقيقية ولموسة في جوانب هامة للثقافة المحلية منذ ظهور وانتشار السينما والتلفزيون والفيديو ومن أمثلة ذلك ، ما طرأ على الفنون الشعبية وخاصة في القرى وفي الطرز المعمارية المنتشرة في المدن والقرى حديثا التي لا تلائم البيئة العربية ولا الروح العربية ، وفي الأغاني والموسيقى الحديثة وفي طرق ومظاهر السلوك اليومي للمواطنين ، المباشر ، الذي ستتجاوز تأثيراته حدود ذاته ، لأنه يصبح مع الوقت والاستمرارية واللاحاق واعتبار الجمهور والمهارة الفنية نموذجا أصليا سرعان ما يستلهمه الجمهور المحلي (١) .

والمشكل هنا أن الثقافة المحلية في وضعية لا يتيح لها التعامل مع الثقافة الغربية الوافدة ، سواء في نواتجها الرخيصة والمبتذلة وشديدة الإغراء التي تعكس مسالب الحضارة الغربية أو نواتجها الرفيعة شديدة الاتقان التي تعكس مظاهر تقدم هذه الحضارة ، فنواتج الحالة الأولى غير ملائمة ، وشيوعها مجليا يهدد مسيرة التنمية ، وفي الحالة الثانية تعجز إمكانات الثقافة المحلية من التعامل مع هذه النواتج ، والنتيجة الحتمية هي إغلبة مسيرة النمو الذاتي للثقافة المحلية ، وضعية الاعتماد على الذات في الميدان الثقافي وتفشي حالة الإغتراب بصفة عامة لدى الأفراد في المجتمعات المختلفة .

كان ما تقدم هو مجمل وجهات نظر الاتجاه الذي يتحدث عن مخاطر البث المباشر ، وواضح من سياق العرض أن هذا الاتجاه يجمع في بؤته واحدة أنصار مرسى الانتشار والتبعية ، ورغم تباین منطلقات كلا المرسين إلا أنهما معا يتجاهلان مناقشة الواقع الموضوعي المحلي وآليات التعرض المحلي للمضامين الوافدة أو المنتشرة ، فليس ثمة اهتمام مثلا لدى أنصار

(١) فريدة النقاش ، حول أشكال التبعية الثقافية والإعلامية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ١١ .

المدرستين لفهم السلوك الاتصالي للأفراد في المجتمع المحلى أو طرق تعاملهم واستخدامهم لأجهزة الاتصال بعملة ، كما لا يلقى بالا للقدرة المتاحة لدى الأفراد في المجتمع المحلى للتعامل مع المضامين الواعدة أو العمليات الانتقائية التى يقومون بها ، والمثى تفترض أن الأفراد لا شعوريا وفى إطار واتهم الثقافى والاجتماعى الخاص يميلون الى تجنب أو تجاهل أو تحريف أو نسيان مضامين معينة من أجهزة الاعلام ونفسلا عن ذلك يتجاهل اتصال هذا الاتجاه ، الحديث عن موقف أجهزة الاتصال المحلى إزاء البث المباشر ، واكتفوا فى ذلك بالحديث عن ضعف هذه الأجهزة وتبعثها الخ .

وأيا كان الأمر ، فإن ما يهمنا هنا هو مناقشة المسلمات التى ينطلق منها اتصال هذا الاتجاه فى تأكيد مخاولهم من البث المباشر ، وأول هذه المسلمات ، هو التفوق الثقافى الغربى الذى يخشى منه على الثقافة المحلية ، وهذا أمر يصعب التسليم به فإذا كانت المجتمعات الغربية قد حققت تنوعا هائلا فى مجالات الاقتصاد والتكنولوجيا ، إلا أن تفوقها فى المجال الثقافى والاجتماعى محل شك ، حيث تعانى هذه المجتمعات مشكلات اجتماعية وثقافية بالغة الخطورة ، ليس أقلها ما تعانیه من حالات اغتراب وانحلال أخلاقى وتنسخ أسرى ... الخ . ومن هذا المنظور الاجتماعى ، يمكن القول أن العديد من مجتمعات العالم الثالث ومنها المجتمع العربى يتلوق حضاريا على الغرب ، فالمرأة المصرية مثلا ، تستطيع أن تسير فى شوارع القاهرة بعد انفساعة اللبائية عشر ليلا وهى آمنة فى حين أن المرأة الغربية لا تستطيع أن تفعل ذلك فى شوارع نيويورك أو أية عاصمة أوربية أخرى ، كما أن بنية المجتمع العربى رغم ما أصابها من تشويه ، إلا أنها فى جوهرها ما زالت متناسكة وقوية وقادرة على المطاء والتحدى وتنعكس هذه الصلابة فى وقت الأزمات والأشد! (د*) .

وثانى هذه المسلمات ، هو أن التلفزيون أثمد خطرا وأكثر تأثيرا من أساليب الاتصال الأخرى ، وهى مسلمة مشكوك أيضا فى صلابتها ، فضلا عن موهبتها ، ذلك أن التلفزيون لا يتحدد تأثيره بقرته فقط على تقديم الصوت والصورة ، ولكن بعناصر ومفردات عديدة ليس أقلها النظرة الثقافية للجمهور الى التلفزيون والظروف المحيطة بإنتاج وتلقى المشاهدين ، والثقافة الشعبية المسندة التى فى إطارها تفهم المعانى ودلالات المشهد التلفزيونى ... الخ .

(ج) تأمل مثلا حالة الشعب المصرى فى حرب أكتوبر ١٩٧٣ ، والبطولات التى قدمها وما يزال الشعب اللبنانى والفلسطينى والعراقى ... الخ .

وترتبط ثالث المسلمات التي ينطلق منها اتسار التخويف من البعث المباشر ، بالمسلمة السابقة ، حيث يأخذ اتسار هذا الاتجاه بنموذج (المشرق - الاستجابة) والتأثير المباشر والغوري للمسلمين الإعلامية ، فمنعها يكون هناك رسالة اعلامية يكون التأثير ، وهي التصورات التي كانت سائدة منذ ثلاثينيات وأربعينيات هذا القرن ، وتجاوزتها بمراحل البحوث والنماذج النظرية الراهنة (١) .

الاتجاه الثاني : ويشير الى هؤلاء الذين عبروا عن ترحيبهم بالبعث المباشر . ويمكن بلورة موقف هذا الاتجاه على النحو التالي :

ان الاهتمام بالتراث الانساني ضرورة ، وأن المجتمع ينبغي أن يتجه الى اثراء ثقافته بالاطلاع على النماذج الفريدة والإنتاج الفكري الانساني فالمعلم لا وطن له ، وأن الحضارات المختلفة نقلت عن بعضها البعض سواء من طريق الغزو في أكثر الأحيان أو عن طريق اقتباس أفكار وتقنيات نافعة . وإذا كانت الثقافة العربية تأخذ اليوم من الثقافة الغربية ، فإن الثقافة الأخرى ذاتها لم تخرج يوماً فيها مضي من استخلاص دعائنها الأساسية من الحضارة العربية بعبارة أخرى ، فإن العلاقة بين المنطقة العربية بالذات وبين المغرب ، اعتقد من أن تكون مجرد ازدواج حضاري ، وإنما هي علاقة تداخل وتشابك وثيق لا خوف منه أو تهرب من ملاتحته (٢) .

فالتلاقى والاختلاط الثقافي في صالح ثقافتنا وليس ضدها ذلك أن الثقافات الغربية ، تتميز حالياً بجانبها العقلي من حيث أن هذا الجانب قد ازدهر في ميادين العلم والتكنولوجيا وقدم لأصحاب هذه الثقافات منجزات سهلت عليهم الكثير من أمور حياتهم ، ولكن هذه الثقافة لم تقدم لأصحابها المعايير المستمدة من القيم الدينية والتي تحول بينهم وبين استثمار هذه المنجزات في الإضرار بغيرهم ، ويعني انخراطنا من خلال البعث المباشر أو خلاله على هذه الثقافة تدعيم هذا الجانب الذي يضعف في ثقافتنا العربية ونحتاجه بشدة في مرحلة النهوض وهو التربية العقلية وتدعيم مركز العقل ، فإذا تحقق لنا ذلك ، فضلاً عن ما تتميز به ثقافتنا الأصلية من جوانب روحية وأخلاقية فإن عناصر القوة والتقدم تتعدا إلى هذه البلاد (٣) .

(١) راجع الفصل الرابع الجزء الخامس بتطور بحوث التأثير من هذا العمل .

(٢) مؤاد زكريا ، آراء نقدية في مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ ص ٢٨ — ٢٩ .

(٣) محمد أحمد خلف الله ، الدين كركيزة للثقافة العربية ، الحلقة الدرامسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ١٠ .

لقد اتجهت أمم كثيرة للانفتاح على الغرب ، وحافظت مع ذلك على ثقافتها ، واليابان والصين والهند وغيرها أمثلة على هذا ، فاليابان رغم انفتاحها الشديد على الغرب بعد هزيمتها في الحرب العالمية الثانية ، إلا أن المجتمع الياباني لا يزال له خصوصياته الثقافية التي تميزه عن المجتمعات الغربية وتكمن هذا المجتمع بفضل قدرته المتميزة على المزاجية بين الأصالة والمعاصرة من تحقيق تقدما هائلا أدهش الغرب المنتصر ذاته وأجبره على احترام أراذله (١) .

ويرى أنصار هذا الموقف أنه لا مبرر للخاوف القائلة بأن الغرب بفضل سيطرته على تقنيات الاتصال الحديثة سيقوم بتصدير أسوأ ما عنده خلال البث المباشر ، وليس العقلانية والرشادة العلمية التي اتلموا عليها لتقديم وتحساج لها بلادنا ، وحجتهم في ذلك لا تخلو من وجهة مبالغتة أن ما سيصدره الغرب خلال الأفلام والمسلسلات التلفزيونية هو شرب الخمر ومهاذقة الرجال للنساء ، والعري والمجون والافتلال والفساد والعنف بكل صوره واشكاله وغيرها ، فإن من شأن ذلك أن يدفع نحو مزيدا من التطرف والفلو الدنيى ، ومزيدا لمصاداة الغرب ، ونموا للحركة الإسلامية المناهضة لكل ما هو غريب ، وهو ما لا يريده الغرب أو يسمى إليه ، وبالتالي ، فإن المتوقع والأقرب الى التصور ، هو أن ينصرف الغرب من منظور التوافق والمصلحة ، فيسمى الى كسب رضا الشعوب الأخرى من أجل ايجاد منافذ لتوزيع بضائمه وسلعته .

على أن باعنا آخر للترحيب بالبث المباشر ، يكن في التأثير على الطريقة التي كانت وما تزال ، تستخدم بها الصفوة السياسية أجهزة الاتصال المحلية ، فهذه الأجهزة ، أصبح لا هم لها سوى الدفاع عن مصالح هذه الصفوة وفي إطار ذلك يتم إخفاء أو تحريف أو تشويه المعلومات والأحداث ، وأول تأثير للبث المباشر هو فك احتكار السلطة للمعلومات ، وانعدام ماعلية إخفاء أو تشويه أو تسطيلح المواد الإخبارية المقدمة الى الجماهير من أجهزة الاعلام المحلية أو محاولة هذه الأجهزة تبرير تصرفات معينة واضفاء هالة من التعظيم والتضخيم والتأليه على القياادات الحاكمة ، وهذا في صالح الجماهير ، وفي صالح بلورة رأى عام وأعى ناضج ، يستطيع التغيير والعمل في اتجاهه .

(١) للزيد من التفاصيل حول التجربة اليابانية في الحفاظ على تراثها انظر :

أوين رايشاور ، اليابانيون ، ترجمة ليلي الجبالي ، عالم المعرفة ، الكويت ١٩٨٩ .

كما قد يؤدي البث المباشر ، إلى تنشيط قنوات الاتصال والثقافة المحلية ، للتسامح بيهابها بصورة أفضل ، وللدرد على ما قد يحدث من آثار سلبية أو مضاهين مضللة وإفدة ، وفرصتها في ذلك أفضل بفعل متغيرات اللغة المحلية والقتسارب الثقافي . الخ . وهذا كله من شأنه أن يساعد على التدميم الثقافي وتقوية البيئة الثقافية أكثر من تهديدها كما يفترض أنصار التخويف والغزو الثقافي .

ومع وجاعة هذه التحليلات ، وروح التفاؤل التي نلمسها بصنفة عالية لدى أنصار هذا الاتجاه في تناولهم لقضية البث المباشر ، إلا أن ثمة تحفظ على بعض الملاحظات والافتكارات التي يسوقها هذا الاتجاه ، وأول هذه الأفكار هي القول بأن العلم لا وطن له ، ومن ثم يمكن الاستفادة من منجزات وروائع الحضارة الغربية في مجالات العلوم والفنون والادب . الخ . لأنها أصبحت ملكا للبشرية جمعاء ، والواقع أن العلوم وبالذات الانسانية منها والفنون والادب لها أوطانها ، وإنها نتاج لمصالح واهتمامات وأيديولوجيات هذه الأوطان ، وأن دور ووظيفة هذه العلوم والفنون تختلف في المجتمعات البشرية وفقا لاختلاف الظروف الحضارية لكل مجتمع . وفي ذلك يذكر «عادل حسين» أن الزعم بعالمية العلوم الغربية لا يستند إلى مشروعية معرفية أو تاريخية ، وإذا كنا نعترف بأن الغرب أنشأ مدارس ممتازة بمعايير بيئتها وظروفها ، إلا أننا هنا نواجه أسئلة غير أسئلة الغرب وظروفا غير ظروف الغرب ، فضلا عن ذلك ، فإن العلوم الغربية لا تعبر عن مضمون معرفي مختلف وحسب ، ولكنها علومها غير محايدة ومعادية لنا أيضا (١) .

كما أن القول بأن الحضارات المختلفة قد اخفت من بعضها البعض ، وأن الغرب ذاته قد أخذ من الحضارة العربية من قبل . الخ . قول لا ينطبق على حالتنا الراهنة ، ذلك أن اقتباس الحضارات من بعضها البعض كانت تحكمه إرادة المتنبس . فقد اطلع العرب على الحضارة اليونانية وأخذوا منها ما شاءوا وتركوا ما شاءوا ، كذلك فعل الأوروبيون مع الحضارة العربية . وحتى يمتثل منحد على إلى أوربا كانت موجه إرادية ، وعندما جاء الاحتلال الإنجليزي ظل محصورا ومقاوما وينظر إليه على أنه كذلك ، هذه الإرادة أصبحت متقدمة في حالتنا الراهنة فليس أمامنا خيار وإنما فرض هيمنة ومحاولة انملاء رؤى وتوجهات بلعينا في ظل أوضاع سياسية واقتصادية واجتماعية بالغة السوء ولا تشجع على المقاومة والتحدى وهو

(١) عادل حسين ، النظريات الاجتماعية الغربية قاصرة ومعادية ، في أشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربي ، مؤلف جماعي ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢٥٨ .

ما يتجاهله انصار هذا الاتجاه صحيح ان الثقافة المحلية كانت وما زالت سلبية وقوية ، كما يرى انصار هذا الاتجاه ، ولكنها تعاني حالياً وضع الازمة بفضل ما يحيط بها من متغيرات اجتماعية ، يجعلها عاجزة عن الاداء ويضعها في موقف الاستسلام . وهذا هو مكمن الخطورة في قضية البث المباشر .

واذا كان بعض انصار هذا الاتجاه يعيرون عن اغتيالهم من تأثير البث المباشر على الطريقة التي توظف بها السلطة السياسية أجهزة الاعلام ، ومقدان اهمية سيطرة الصفوة الحاكمة على هذه الأجهزة ، فضلاً عن إجبار أجهزة الاعلام على تعديل ادائها المل الراهن ، الا ان القضية تحفل الوجه الآخر ايضاً مما يقلب هذه السعادة الى اسف بالغ ، ذلك ان حاجة السلطة الى أجهزة الاعلام المحلية مع البث المباشر ، سوف تتزايد اكثر من ذي قبل ، لرغبتها في استخدام هذه الأجهزة كسلاح للتبرير والدفاع والمساندة ازاء ما قد يفرض عبر البث المباشر من مضامين ومعلومات معادية للسلطة الحاكمة الامر الذي يحمل معه المزيد من السيطرة والتوجيه التي تفرضها السلطة من أجهزة الاعلام المحلية . وليس العكس كما يفترض انصار هذا الاتجاه .

الاتجاه الثالث : يأخذ انصار هذا الاتجاه ، وعلى نفوذ الاتجاهين السابقين موقف التهورين من قضية البث المباشر ، ولا يجدون من هذا البث جديداً يستاهل كل هذا التقاض والمخاوف والترهيب ومنطلهم في ذلك يتحدد بمبدأ يلي :

ان الإتصار الصناعية للاتصالات لا يمكن ان تقوم بالمعجزات فهي في حقيقة الامر مجرد محطات للاستقبال والبث مطلقاً في الفضاء ، أي انها محطات للتقوية تنقل البث الى مستوى ابعد مما يمكن للشبكات الارضية ان تنقله ، وان تجارب الماضي وكذا المشاهدات الواقعية والاحتمالات المستقبلية جميعها تشير الى ان الاستخدام التلفزيوني لاتمار الاتصالات يقتصر في الأغلب على نقل الاخبار والاحداث الرياضية ، وان هذين اللونين من البرامج يصلان بالفعل حالياً عن طريق الراديو . وان اهتمام البث المباشر بالبرامج الاخرى وبالذات التربوية او الثقافية يتطلب طاقة إنتاجية هائلة ووقت طويل وميزانيات كبيرة ، وهذا ابعد ما يكون عن عقلية وتفكير الدول الكبرى لسبب بسيط هو ان هذه الدول تحكم سياساتاً جوارها السياسي والاقتصادي بل والثقافي ايضاً على الدول الاخرى ، وان المزيد من هذا الحصار من خلال البث المباشر ، على ما يتطلبه من نفقات هائلة ، سيعقد تحصيل حاصل .

ان هذه المخاوف التي تثار حالياً حول البث المباشر ، اثرت من قبل عند

ظهور الراديو والتلفزيون ثم الفيديو وتصوّر الكثيرون مع بدء الإرسال التلفزيوني أنه بارذ جبار وأن فيه نهاية العالم ، واتضح عكس ذلك ثم تكرر نفس الموقف مع دخول الفيديو (١) وبافتراض أن التلفزيون المباشر سوف يقدم مضامين هابطة وخارجة ولا تتلاءم مع ثقافتنا وقيمنا ، فإن التلفزيون المطبق يقدم بالفعل مثل هذه المضامين ، منذ السبعينيات من هذا القرن (٢) وزعم ذلك ومع تواجد روائد أخرى عديدة للثقافة الخارجية كالبعثات الخارجية ، والأعلام الأجنبية والمسلسلات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية والكتب والموسيقى والأغاني الأجنبية ، فقد عجزت هذه الروائد حتى الآن على التأثير بفاعلية على الثقافة العربية المحلية أو للتأثير منها وتمس هويتها ، والبث المباشر إن يكون أقوى فاعلية من كل هذه الروائد .

وإذا كان ثمة بعض المؤثرات للثقافة الغربية قد بدأت بالفعل تظهر في الواقع الثقافي المطبق بفعل هذه الروائد الأجنبية ، إلا أن الرد على ذلك يتحدد في أن هناك بعض العناصر الثقافية تقبل التغيير والتبديل بسرعة والبعض الآخر غير قابل لذلك ، وهذه نقطة مهمة ذلك لأن حصاد الاختلاط بالثقافة الغربية وحصاد عهود طويلة من التبعية والنقل من هذه الثقافة ، فإن بعض جوانب السلوك والقيم الثقافية هي التي تتغير في حين ظل الجانب الأكبر من أنماط الحياة ، كما هو وكما كان يعيشها قداماء المصريين (٣) ، وقد اقتضت هذه المظاهر التي شهدت بعض التغيير على الجوانب الخاصة بالزي واللباس والطعام وبعض الأنشطة الفنية وضروب السلوك المختلفة ، وحتى تلك المظاهر ، محل نقد ومراجعة ورفض حاليسا من جانب تيار كبير من الأفراد في المجتمع (الجماعة الإسلامية) ومطالب هذه الجماعة في مجال النقاب وارتداء الجلباب ، وعدم الالتزام بما يفرضه القانون وجوب اثبات الزواج في محرر رسمي والهجرة من المجتمع الذي أصابه الكفر ... الخ . وبخلاف ذلك بقيت عادات وتقاليد ومعتقدات دينية هي هي دون تغيير وبالأذات تلك العناصر الدينية التي ورد فيها حكم أو نص قطعي من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ .

ومع كل ، فإن المسلمين الوافدة سعيها لنيل المصداقية والتأثير لدى الأفراد المحليين مستجد نفسها مضطرة لمراعاة الواقع الثقافي السائد ،

-
- (١) جيهان رشتي ، حديث منشور بجريدة الوفد .
(٢) على فهمي ، الإعلام والثقافة في مصر ، الحلقة الدراسية لبحوث الإعلام ، مرجع سابق ص ٢٢ .
(٣) سيد عويس ، حول موضوع تأكيد الذاتية الثقافية ، مرجع سابق ص ١٤ .

فهى ستعتمد على هذا الاطار من أجل تحقيق القول لما نبشه بن مخلصين يراد زرعها في البيئة ، ويؤكد ذلك ، اهتمام الاذاعات الأجنبية الموجهة مثل مونت كارلو ، وهيئة الاذاعة البريطانية ، والاذاعة الاسرائيلية وغيرها بالجوانب الدينية والاحتفال بالمناسبات الدينية الخاصة كالعيدين ورؤية الاهله ومطلع الشهور الهجرية واستخدام المأثورات والاغاني الشعبية المحلية في برامجها ، وذلك كله بغية جذب المستمع والتأثير عليه وكسب مصداقيته إدراكا منها بان انشئ شك من جانب المتلقي تجاه هذه الاذاعات أو انهماكها وأغراضها سوف يجعل منها عديمة الفائدة ايا كانت درجة جودة مضمونها .

وباختصار تبدو العملية لدى انصار هذا الاتجاه على النحو التالي :

ما من مادة اعلامية تتجه لمخاطبة العقل الوجداني الانساني الا وتحمل رسائلها ايدئولوجيتها الفنية مغلنة أو خفية ، وهى الايدئولوجية التى تعبر في خاتمة المطاف من مصالح هذه الايدئولوجية التى تمكن ورائها مصالح معينة تتجه لمخاطبة جماعات أخرى ومصالح قد تتفق أو تختلف معها وفي حالة الاتفاق فليس ثمة مشكلة ، أما في حالة الاختلاف فالاحتمال الاقرب الى التصور هو الا تتف هذه الجماعة المتلقية موقف اللا مبالاة والاستسلام وانها تنهض تلقائيا للدفاع عن مصالحها بوسائل مختلفة سواء بالرغز والاستتكار لسا هو معروض ومحاربه والرد عليه أو بالتعامل معه بلا مبالاة والفرجة عليه مما ينشئ اية مضايقات محتملة لقنوات البث المباشر على الثقافة المحلية .

وواضح من السياق درجة التهوين المفرط لدى انصار هذا الاتجاه من تأثيرات الاتصال ، وتجاهل اثر السيطرة على ميولاته من جانب نخبة معينة « دولا أو جماعات » واستخدامه في تزييف وهى الآخرين (١) وبالذات اذا كان هؤلاء يمانون من مشكلات الفقر والجهل ، وتدنى الحس القلتدى ، مثلبا هو الحال لدى الفلبينية المعظمى من سكان البلدان العربية . فضلا عن تجاهل التأثيرات التراكمية والممتدة وغير المباشرة لعمليات أجهزة الاعلام على رؤى ومعارف وتصورات الافراد في المجتمع المحلى واذا كانت مخاطر اتمار البث الاوروبى ، يمكن التهوين من مخاطرها على حد تصور انصار هذا الاتجاه ، الا انه يصعب من المنظور الاستراتيجى للبلدان العربية التهوين من اثر القبر الاسرائيلى وبثه التليفزيونى المرتقب .

(١) لزيد من التتاصيل انظر :

عبد الباسط عبد المعطى ، الاعلام وتزييف الوعى ، القاهرة ، دار الثقافة الجديدة ، ١٩٧٩ .

وأيا كانت الاتجاهات والمواقف حول قضية البث المباشر فالثابت ، أننا
أزاء نخدى حضارى جديدا بالغ الخطورة علينا الاستعداد له ومواجهته بكل
هبة وعزيمة وأصرار ، والا فإن العواقب وخيمة في عالم متغير لا يعرف سوى
لغة القوة .

ان القضية لا تكمن في خطورة أو عدم خطورة البث المباشر أو هل هذا
البث يفيدنا أم يضرنا ، أو هل نرحب بالثقافة الغربية أم نرفضها ؟ وإنما
القضية تكمن في مدى قدرتنا على التعامل وشروط هذا التعامل مع الآخرين ،
ذلك أن سيادة روح الانتمائية الراهنة والتعامل بلا مبالاة مع التطورات الجديدة
في مجال الاتصال ، يحمل معه مخاطر ضياع الهوية وفقدان القدرة على
الإبداع الذاتى ، والمبادرة وبالتالي الاستسلام للآخرين .

لقد أصبح من المستحيل في ظل التطورات الجديدة في مجال الاتصال
الدعوة للانعزال عن العالم الخارجى ، فهذا أصبح أمرا بالغ الصعوبة شئنا
أم أبينا ، ولكن ما ندعو اليه حاليا هو الحاجة الى تديم قدرتنا على
التعامل مع الآخرين ووضع قواعد للعلاقات معهم كي نتمكن تحول التعامل الى
سيطرة من جانب طرف على آخر ، ولول ما يتطلبه ذلك ، هو تحرير الإرادة
السياسية والاقتصادية أولا ، فهما بدأ لنا أن المشكلة ثقافية ، فإن التصدى
لها - في رأى - يبدأ على المستوى السياسى والاقتصادى ، ففى ظل مناخ
سياسى واقتصادى يتمتع فيه الاجنبى بامتيازات لا يتمتع بها أبناء البلد ،
ويوجد فيه كل ما هو اجنبى ، لا بد أن يرسخ في الشعور العام احترام مبالغ
لكثر منجزات الاجنبى المادية والفكرية (١) . وفى ظل مثل هذا المناخ يسهل
على الاجنبى أن يبيع بضاعته المادية والفكرية على أنها انتاج انساني علم
أو ثمرة التقدم التكنولوجى المسمى الذى لا ينتسب لحضارة دون أخرى أو
لثقافة معينها دون غيرها ومن ثم يسهل اخفاء تحيزات الاجنبى الخاصة وميوله
ونزعاته التى تطبع انتاجه المسمى والفكرى على السواء ، ويقتل العربى
على المضامين الاجنبية دون مساطة كما يقتل المستهلك العساذى على
البضائع المستوردة دون أن يتساءل عن جدواها ، ولن يصلح في مثل هذا
المناخ الحجج التى يثيرها أنصار التهوين من البث المباشر وبالأذات تلك
المتعلقة بقوة الثقافة المحلية وقدرتها على الفرز والتطويع ... الخ فهذا أبعد
ما يكون في مناخ سياسى واقتصادى تابع وتعوزه الإرادة أو الثقة بالنفس
ولنضرب مثلا بسيطا : لنفرض أو هذا هو المتوقع أن تلجأ الدول المتقدمة

(١) جلال أمين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية في الدراسات الاجتماعية
في العالم الثالث ، في اشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربى ، مؤلف
جامعى ، مرجع سابق ، ص ٢٤١ .

الى استغلال البث المباشر في تكثيف الاعلانات التجارية الموجهة الى البلدان الاخرى بهدف التوسع التجارى وترويج سلعها ومنتجاتها لدى شعوب هذه البلدان ، وزيادة المستورد منها ، ولكن ما جدوى هذه الاعلانات اذا كان ثمة سياسية اقتصادية صارمة تمنع استيراد هذه المنتجات ، أو تفرض رسوما جمركية فادحة عليها وتشجع المنتج المحلى ، في مثل هذه الحالة تصبح الاعلانات عديمة الفائدة بمنظور العائد الاقتصادى . ويمتلك العتلاتية والمرشادة ، والمكسب والخسارة الذى يحكم تضرعات الغرب موبيا مستوقف نشر هذه الاعلانات عبر موجات البث المباشر .

وهكذا ، لا يمكننا الدخول في تحدى حضارى او ثقافى من نوع البث المباشر الا اذا اقرن بجهد مماثل من جانبنا على المستوى السياسى والاقتصادى ، والجهود على هذا المستوى له ركائز ومتطلبات واولها ، الديمقراطية الحقيقية وبأوسع معانيها ، وقيادة سياسية واعية ومقاتلة ، وتوزيع عادل للثروة والاعباء على الامماد في المجتمع ، ومشروع حضارى متكامل وغير متحيز ويحظى بالقبول والتأييد الشعبى هذا على المستوى السياسى الاقتصادى .

وعلى المستوى الاعلامى ، تبدو اكثر اخطار البث المباشر واضحة على طريقة اداء اجهزة الاعلام المحلى ، وقد أوضح البعض ان على هذه الاجهزة ان تطور من مضامينها وطريقة ادائها ، وتعمل بكافة السبل لجذب انتباه المتلقى وشدة الى برامجها بعيدا عن البث الخارجى (١) . وتعتقد ان هذا هو التوجه السائد حاليا لدى المسئولين والعاملين في المجال الاعلامى ، والاستعداد يجرى على قدم وساق في هذا الاتجاه كوسيلة لمقاومة البث المباشر ، وهو توجه نراه بالغ الخطورة ، ويضر بهمة التنمية المستقلة ، فضلا عن عدم جدواه ، بالنظر الى الصورة الذهنية الراسخة لدى الجمهور عن اجهزة الاعلام الرسمية ، وضعف الامكانيات المادية والفنية لهذه الاجهزة .

وتتحدد خطورة هذا التوجه ، في ان النزول الى مستوى الجمهور والعمل على جذب انتباهه بكافة السبل بعيدا عن البث المباشر ، يفرض على اجهزة الاعلام ، العمل على تحضير المتلقى ذهنيا وعاطفيا من خلال استعمال المقدمات والافتتاحيات والالحسان المثيرة كنوع من الجذب واستخدام المنبهات التى تعمل على شد انتباه الافراد كالمعلنون الصحفية المثيرة واللوان الطباعة والتصميمات والرسوم المصاحبة والبرامج الشعبية والافلام الخيالية ... الخ . باختصار

(١) راجع على سبيل المثال ، توصيات المجلس القومى للثقافة والفنون والاداب والاعلام ، الكتاب رقم ١٨١ ، الدورة السادسة ، يونيو ١٩٨٥ ص ٢٠٢ .

ستتجه هذه الأجهزة الى تقديم كل ما يجد هوى لدى الجمهور ، وهذا يعنى التخلي عن الجدية والموضوعية التى ندعوا لها قى الممارسة الاعلامية واتجاه الممارسة الاعلامية نحو المزيد من الاثارة والالوان الصارخة والمؤثرات الموسيقية والمضامين الترفيهية والرخيصة ، وانخراط اجهزة الاعلام المحلية ، فى ماسة من هذا النوع ، يعنى خروجها عن دورها الريادى والمتوقع فى الاخذ بيد الجمهور من حالة الركود والاتحار والاستسلام الى حالة العمل والانتاج واللموح وعجزها عن المساعدة فى دعم المشروع الحضارى المثار اليه آنفسا .

والمدخل للخروج من هذا المأزق ، كما هو الحال على المستوى السياسى الاتصاى ، له ركائز ومتطلبات ايضا اهمها :

- ١ — العمل الجماعى العربى فى المجال الاعلامى ، فائ دولة عربية ، مهما كانت قدراتها الذاتية لن تستطيع بمفردها مواجهة آثار البث المباشر ، ويتطلب هذا العمل الجماعى المشترك ازالة كافة القيود والمعوقات التى اعاقت حتى الآن تحقيق الاستفادة الكاملة من القمر الصناعى العربى (عربسات) (١) ، والعمل على تطوير هذا القمر تكنولوجيا ، ليتوافق مع نوعية البث المباشر للصالح للاستقبال بهوائى مسفير تظره من ٦٠ مسم الى ٩٠ سم ، ومن شأن ذلك ، شغل حيز القنوات الفضائية الذى تحدده الاتفاقيات الدولية للمنطقة العربية ، وعدم تركها للاقتدار الاجنبى وبالتالى القدرة على مواجهة آثار البث المباشر الاجنبى ، ودعم الانتاج الذاتى للواردات الاعلامية ائ الانتاج الذى تتولاه هيئات ومؤسسات قومية ومحلية وتنشيط عملية تبادل وتسويق الانتاج الاعلامى بين المجتمعات العربية بما يوفر التمويل الكاف لتطوير وانتاج برامج راقية تستطيع الدخول فى منافسة مع البرامج الوافدة
- ٢ — العمل على كسب ثقة الجمهور بأجهزة الاعلام المحلى ويتأتى ذلك ، من خلال البعد عن الذاتية المفرطة فى معالجة المضامين الاعلامية ، والاتجاه نحو العرض والتحليل الموضوعى للمشكلات بمائسيان واقعة المعاش ، ويتفق مع احتياجاته والكثافورا عن أخبار المجالات والبروتوكولات وتضخيم وتاليه البعض بلا مبرر او محاولة اخفاء الحقائق وتزييف الوعى بها ، حيث لم يعد هناك مجال لكل هذه الممارسة فى الوقت الراهن .

- ٣ — العمل على تحقيق المشاركة والتكامل بين قننوات الاتصاى الجابمى الرسمية وبين قننوات الاتصاى الشخصى فى المناطق المختلفة .

(١) للوقوف على العوامل التى اعاقت الاستفادة الكاملة من هذا القمر ، راجع مناقشات الندوة التالية : القمر الصناعى العربى بين مشكلات الارض وامكانيات الفضاء ، منتدى الفكر العربى ، عمان ، مارس ١٩٨٦ .

ومن شأن ذلك سد اللجوء الحالية بين هذه القنوات ، والتي يمكن أن تنفذ
منها المساهمين الواعدة ، وقد يبدو أن تحقيق مثل هذا التكامل عملية صعبة ،
ولكنها ممكنة ، من خلال توفير مناخ الحرية ، وحق الاتصال ، والتخفيف
الأنفراد حول هدف قومي يسمون إلى تحقيقه ... الخ . وسوف تسعى خلال
العمل الميداني القادم إلى تلمس إمكانية تحقيق مثل هذا التكامل على أرض
الواقع .

الفصل السادس

حول إجراءات العمل الميداني

الفصل السادس

حول إجراءات العمل الميداني

نحاول في هذا الفصل ، تحديد أهداف الدراسة الميدانية وتساؤلاتها والأساليب المنهجية المستخدمة لاتجازها بالإضافة الى تقديم وصف عام لمنطقة البحث محل الدراسة وهي إحدى القرى المصرية ، وبين دواعي اختيار هذه القرية وبعض الخصائص المميزة لها من حيث الموقع ، وعدد السكان والنشاط الغالب ومؤسسات الخدمات المتوافرة بهذه المنطقة ... الخ .

١ - أهداف الدراسة الميدانية :

- (أ) وصف وتشخيص بنية الاتصال الراهنة بالقرية المصرية وتحديد مكونات هذه البنية والتغيرات التي طرأت عليها والعوامل الفاعلة في هذا المجال .
- (ب) قياس درجة اعتماد القرويين على اتباط الاتصال المختلفة وقدره كل نمط على تزويدهم بالمعارف والمعلومات المختلفة .
- (ج) الوقوف على مدى تغلغل أدوات الاتصال المختلفة بالقرية ، وأسلوب تعامل القرويين مع هذه الأدوات ورؤيتهم لها .
- (د) الكشف عن ماهية أساليب الاتصال المختلفة بالقرية ، وتحديد مراكز وأدوار كل منها على ضوء التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي يعيشها الريف المصري في السنوات الأخيرة .
- (هـ) الكشف عن مجالات التأثير التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الجوانب المادية وغير المادية في الثقافة الريفية .
- (و) استشراف رؤية مستقبلية لوائع العملية الاتصالية في القرية المصرية ، على ضوء معطيات الواقع الراهن واحتمالات التغير المستقبلية .

٢ - تساؤلات الدراسة :

وتطرح هذه الأهداف مجموعة من التساؤلات يسمى العمل الميداني الى توفير إجابات محددة عليها ويمكن بلورة هذه التساؤلات فيما يلي :

- ١ - ما هي المكونات الحالية لبنية الاتصال في القرية المصرية ؟ وما مدى تأثير هذه البنية بالتغيرات التي طرأت مؤخرا على القرية المصرية ؟ ؟
- وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة التساؤلات الفرعية التالية :

- (أ) ما هي اشكال واساليب الاتصال المختلفة بالقرية المصرية ؟
(ب) ما هي أدوات الاتصال الأكثر رواجاً وانتشاراً بين القرويين ؟
(ج) كيف يتعامل القرويون مع أدوات الاتصال المختلفة ؟
(د) ما هي رؤية القرويين لكل أداة ، وما دورها في حياتهم ؟
٢ — ما مدى تأثير دخول أجهزة الاتصال الحديثة الى القرية على
نشاط الاتصال التقليدية بها ؟
٣ — ما حقيقة التأثيرات الثقافية التي أحدثتها أجهزة الاتصال الحديثة
في القرية المصرية ؟
٤ — ما تأثير ثقافة القرويين ذاتها على أجهزة الاتصال الحديثة ؟
٥ — الى أي حد يلبي نظام الاتصال الحالي بالقرية المصرية الاحتياجات
الاعلامية للقرويين ؟ وما هي أوجه القوة أو جوانب القصور في هذا النظام ؟
٦ — ما مدى امكانية قيام نظام للاتصال المحلي يعمل بالتكامل والتنسيق
مع نظام الاتصال المركزي ، ويمكن من خلاله تلبية الاحتياجات الحالية
والمستقبلية للقرية المصرية ؟

٣ — الرؤية النظرية ومستويات التحليل :

تطلق الدراسة في تحقيق اهدافها والاجابة على ما يثيره البحث من
تساؤلات من تصور يرى أن فهم وتحليل العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال
والثقافة في القرية المصرية ينبغي أن يتم في ضوء الأبعاد التالية :

- (أ) أن البنية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للقرية المصرية قد
شهدت في السنوات الأخيرة مجموعة من التغيرات التي تركت
بصماتها الواضحة على بنية الاتصال بالقرية المصرية . فعلى
المستوى الاقتصادي ، تزايد ضغط السكان على عنصر الأرض
الى الحد الذي أصبح معه هذا العنصر غير قادر على تلبية
الاحتياجات الأساسية للقرويين من الغذاء وبالتالي تزايد اعتمادهم
على المدينة في تلبية هذه الاحتياجات يضاف الى ذلك ، ضعف
الاستثمارات الموجهة للعمل الزراعي والتي لم تتجاوز في السنوات
الأخيرة معدل (١٢ ٪) من اجمالي الاستثمارات القومية (١) .
واستمرار تعبئة الفائض الزراعي على قلته — لصالح سكان

(١) انظر في ذلك :

مجلس الشورى ، السياسة الزراعية ، تقرير لجنة الانتاج والقوى
العاملة ، دور الاعتماد العادي الثاني ، ١٩٨٢ .

المدينة ويتمثل ذلك بصورة واضحة في سياسة التسعير غير المعادلة للحاصلات الزراعية ، وتعدد أنواع الضرائب المفروضة على الفلاح ، وقد انفض ذلك مع غيره من العوامل الى مجموعة من الظواهر والمشكلات التي أصبحت تشغل بال القرويين ومنها : قلة العائد من العمل الزراعى وضعف قيمة الارض الزراعية ، وتزايد الميل الى الاعتداء عليها بالتبوير او التجريف والبناء واختلال سوق العمل بالقرية ، وارتفاع أسعار العمالة الزراعية وتزايد الميل الى الهجرة او امتحان مهن أخرى غير العمل الزراعى .

وعلى مستوى البنية الاجتماعية ، تمثلت اهم التغيرات في اساليب الحراك المشروعة وغير المشروعة لبعض الفئات الاجتماعية وهامشية بعض الشرائح الاجتماعية ، والتغير في تركيب الأسرة الريفية والوارث للثروة الريفية ، وعلى المستوى الثقافي ، نجد ان انساق القيم الاجتماعية على مستوى كثير من مكونات بنية القرية بدأت العمل المنتج والتعليم والتعاون والمزاولة ، والعمل الجماعى تعانى من الاضطراب والخلط والصراع والتي اثرت سلبا على العمل المنتج والتعليم والتعاون والمزاولة ، والعمل الجماعى والاستقرار بالأرض ... الخ .

وتؤثر هذه التغيرات على جوانب عديدة من مكونات البنية الاتصالية بالقرية المصرية ، فالقول مثلا بوجود حراك اجتماعى لبعض الفئات الاجتماعية ، يعنى وجود تغير واضح في اساليب التعامل والتخاطب والتفاعل بين الفئات الاجتماعية وتزايد القدرة الاتصالية لبعض الفئات وتغير في مراكز وأدوار قادة الرأى التقليديين بالقرية ، كذلك فإن الحديث عن قلة العائد الزراعى وتزايد اعتماد القرية على المدينة في تلبية متطلباتها الاستهلاكية يعنى تغير في الاحتياجات والاتصالات الأساسية للقرويين وهى جوانب فاعلة في تصديد مجريات العملية الاتصالية . كما تؤثر التغيرات القيمية المشار اليها ليس فقط على فهم واستيعاب القرويين لما يثار من مضامين اعلامية عبر وسائل الاعلام المختلفة ، ولكن في التعرض أصلا لهذه الوسائل ، والاقبال على نوعيات معينة من المضامين الاعلامية المثارة خلالها .

(ب) اتساع نطاق انفتاح القرية المصرية على العالم الخارجى فبعد التطورات التى لحقت بالمجتمع المصرى ، وبالذات في الحقب الأخيرة أصبح من المتعذر حتى على المستوى الإجرائى وضع حدود فاصلة للتمييز بين القرية المصرية والمدينة وأصبح الحديث شائعا عن

ظاهرة تريف المدن وتحضر الريف وذلك نتيجة لسياسات الانقشاح والهجرة والتعليم وغيرها التى فى اطارها تزايد ارتباط الريف بالمدن ، فلم يعد الريف المصرى معزولا عن حياة الحضر بالصورة التى عرفتها مصر قبل عام ١٩٥٢ واصبح من المسالوف ان نرى الضغط على وسائل المواصلات المتجه من القاهرة والمدن الكبرى الى الاقاليم فى الاعياد والمواسم وأن نرى الآن العديد من المعادات الاستهلاكية الحضرية وتقيم المدينة التى حملها المهاجرون الريفيون انفسهم الرانحون القادمون من الريف والمدينة ، كما حملها العائدون من الهجرة المؤقتة للعمل فى خارج مصر وتزايدت حركة المواصلات والاتصالات بين الريف والمدينة نتيجة لعمليات تحسين الطرق وتزايد وسائل النقل ودخول الكهرباء وانتشار أجهزة الاعلام وعلى رأسها التلفزيون وأجهزة التسجيل بل والتلفون فى العديد من القرى .

هذا الانفتاح الخارجى وتزايد حركة انتقال القرويين من والى القرية المصرية ، يعنى انتفاء العديد من التصورات التقليدية التى ظلت راسخة لدى بعض الباحثين حول انعزال القرويين وجهودهم وانخفاض مستوى طموحاتهم وعدم تقبلهم للتحديث ... الخ . كما يعنى من ناحية أخرى ظهور احتياجات اعلامية جديدة ، تؤثر بالضرورة على ادوار ومراكز أساليب الاتصال المختلفة بالقرية .

(ج) ان جانباً كبيراً من المصالح الاعلامية المتجهة نحو الريف عبر أجهزة الاعلام الرسمية ، يجرى اعداده وصياغته من أعلى فى المركز ، وبعبدا عن مشاركة القرويين او مراعاة لواقعهم ومتطلباتهم الفعلية مما يضعف فاعلية هذه المصالح وقدرتها على تحقيق وظائفها على أرض الواقع من ناحية ويقلل من اعتماد القرويين عليها وينغمهم بالتالى الى اقامة نظائهم الاتصالي الخاص بهم والمنعزل عن نظام الاتصال المركزى من ناحية أخرى .

(د) ان فهم تأثيرات الاتصال على الثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الانية والجزئية لهذه التأثيرات ، والانهمك فى بحث تأثير وسيلة بعينها وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الاعلامية (١) . وانما يمكن ان

(١) انظر فى ذلك :

عبد الفناح عبد النبى ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، تقرير فرعى اعد فى اطار بحث الاعلام ومبستقبل القرية المصرية =

يتم هذا الفهم بصورة افضل مع النظرة المتكاملة والممتدة لمنسق الاتصال ككل في مجتمع القرية . وإن هذه التأثيرات قد تتفاوت بين التدعيم والتغيير الجزئى المحدود والتعبئة الصلبة والتغيير الشامل لمسا هو سائد من أسلوب حياة في المجتمع المحلى .

وعلى ضوء ما تقدم يمكن تتبع وقياس اثر دوات الاتصال الحديثة على الثقافة في مجتمع القرية وفقا للمستويات التالية :

(ا) مستوى مجتمع القرية ككل :

وفي هذا المستوى يتم الأخذ في الاعتبار تأثير اجهزة الاتصال على المجالات التالية :

- ١ — الشكل المعمارى للقرية .
- ٢ — المصادات والتقاليد .
- ٣ — الانتاجية وسوق العمل .
- ٤ — بناء القوة والنفوذ داخل القرية .

(ب) مستوى الأسرة :

وفي هذا المستوى يجرى بحث تأثير الاتصال على الجوانب التالية

- ١ — العلاقات الاسرية .
- ٢ — الادوار داخل الأسرة وبالذات دور المرأة .
- ٣ — الخصوبة والانجاب .
- ٤ — المصادات الغذائية .

(ج) مستوى الفرد :

وفي هذا المستوى يتم بحث الجوانب التالية :

- ١ — مستوى الطموح الفردى .
- ٢ — درجة الانفتاح على الآخرين .
- ٣ — الوعي بالحقوق والمشاركة .
- ٤ — قيمة العمل والرغبة في الاجاز .

= الذى يجربه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، قسم بحوث الاتصال الجماهيرى (تحت الطبع) .

٤ - المجال الجغرافي (منطقة البحث) :

تقرر اجراء الدراسة الميدانية بمحافظة الغربية ووقع الاختيار تحديداً على قرية « نطاي » ، مركز السنطة ، محافظة الغربية ، وجاء هذا الاختيار العبدى للمبررين التاليين :

الأول : تائرت قرية « نطاي » بطروف التغير الى شـهدها المجتبع المـحـرى والمناطق الريفية فى الحقب الاخيرة ، وبالذات فيما يتعلق بالانفتاح والهجرة والتنقل وارتفاع نسبة التعليم ، وسهولة المواصلات ، وتغلغل اجهزة الاعلام ... الخ . وانخفضت بها نسبة العاملين بالزراعة الى ما يقرب (٥٠٪) وارتفعت فى المقابل نسبة المشتغلين بانشطة اخرى كالمتجارة ، والحديث والمقاولات والصناعات الحرفية ... الخ . وهى بذلك تعد نموذجا واقعيا لحالة التحول التى تشهدها العديد من المناطق الريفية على مستوى الجمهورية فى الوقت الراهن .

والثانى : قرية نطاي ، هى قرية الباحث وموطن نشأته وقضى بها اكثر من نصف سنوات عمره ويتردد عليها بين الحين والآخر ، حيث تقيم عائلته واقرباؤه وهو بذلك يدرك عن قرب ظروفها ومشكلاتها وما يقع فيها من تعاملات وتغيرات ، وربما يكون ذلك ملخوذاً عليه احتمالات التحيز والذهن الذاتى للامور وصعوبة فصل الباحث فى هذه الحالة بين دوره كباحث ودوره كأحد افراد مجتمع البحث ، او عدم استئارة حواس الباحث للملاحظة الكأير :ن الامور التى يأخذها - نتيجة التعود عليها كوقائع مسلم بها ، بينما فى المناطق الغربية عليه - يكون كل شئ جديداً على الباحث ، وبالتالي يكون أكثر مدعاه للاستئارة والاهتمام ، وهو الأمر الذى يثرى العمل الميدانى ... الخ .

على أن ذلك لم يكن ليثنى الباحث عن اختيار القرية التى ينهى إليها ، فقد ساعد هذا الاختيار على تفادى مشكلات كثيرة كان يمكن أن تهدد سير البحث وفى مقدمتها ، تومر الوقت والمسال والجهد ، بالنسبة لباحث يجرى دراسة بفرده وعلى نفقته الخاصة ، وتتطلب التواجد بالقرية لمدة طويلة نسبيا ، ثم تخطى الصعوبات الخاصة بتوطيد الصلة بالمبحوثين ، وكسب تقبلهم ، والتغلب على المقابوة والشك التى تواجه عادة جامعى البيانات بالاضافة الى مهنة الباحث الشخصية بالقرية مما يسهل فرص الالتقاء والزيارات والحوارات مع الافراد بصورة طبيعية وبلا افتعال كسا يساهم بعد الباحث عن القرية واقلمته خارجها لمدة تقرب من ٥ اعاما فرصة طيبة لادراك مظاهر التغيرات التى حدثت فى طرق وأساليب الاتصال بالقرية ، وفى نازق اية مجالات والرغبة فى ارضاء الباحث او تقديم ما يرضى السلطات

من معلومات على النحو الشائع والمعروف في طريقة تعامل القروى مع ما يعتقد انهم مندوبوا الحكومة او لثندية المدينة .

وفي مقابل ذلك ، يؤدي الاختيار العمدى للقرية التى ينتهى اليها الباحث الى انتفاء القدرة على التعميم ، ويظل ما يتوصل اليه من نتائج مقتصرًا على على قرية البحث محل الدراسة كنموذج او حالة للقرى التى تتشابه معها في خصائصها العامة .

بعض الخصائص المميزة لقرية البحث :

تقع قرية « تطاي » في النطاق الجغرافى لمرکز السنطة التابع لمحافظة الغربية وتبعد عنه مسافة خمسة كيلو مترات جنوبا ويربط بينها طريق مبهد يمتد بحجازة بحر شبين الكوم ، وتبعد عن طنطا عاصمة المحافظة بمسافة ثلاثة عشر كيلو مترا في اتجاه الجنوب الشرقى منها خمسة كيلو مترات غير مبهدة ابتداء من قرية « شبرا قاص » التى تقع على طريق المعاهدة الذى يربط مدينة طنطا بزغنى ثم الزقازيق ، وتقع القرية الى الشمال الشرقى من مدينة بركة المسبع التابعة لمحافظة المنوفية وتبعد عنها مسافة ستة كيلو مترات تمتد عبر طريق ترابى يمتد بحجازة بحر شبين الكوم ايضا . واتجاه الاهالى الى مدينة طنطا اكبر من اتجاههم الى المركزين الآخرين ، حيث تمثل مدينة طنطا مركزا تجاريا ودينيا وتعليميا لعظم سكان القرية وتقتصر صلة الاهالى بمدينة السنطة — المركزى الادارى — على النواحي الادارية حيث يفدون اليها لقضاء مصالحهم بالسجل المدنى ، ومركز الشرطة ، والمحكمة الابتدائية والشهر العقارى ومجلس المدينة الى غيرها من المصالح التى تتبع لها القرية اداريا .

وترتبط القرية بهذه المراكز الحضرية بخطوط لاتوبيس وسط الدلتا ، وأنوبيس النقل الداخلى لخدمة طنطا بالإضافة الى عدد من سيارات الأجرة الخاصة التى تعمل على خط طنطا — الجعفرية ، وهى قرية ملاصقة تماما لقرية تطاي بحيث لا يفصل بينها سوى شارع رئيسى واحد وتتداخل الصلات والعلاقات بين اهالى كلا القريتين مما يجعلها شبه بمركز سكانى واحد تتكامل الخدمات الموجودة بكل منهما ، حيث توجد بقرية الجعفرية نقطة الشرطة ومقر المجلس المحلى والوحدة الصحية وغيرها من المؤسسات التى تخدم القريتين معا .

ويصل تعداد سكان قرية « تطاي » وفقا لبيانات تعداد ١٩٨٦ ، الى (١٢٧٨) منهم (٦٢٦٣) من الذكور و (٦٠١٥) من الاناث ، ويبلغ اجمالى مساحة الاراضى الزراعية بزمَام القرية ١٨٠٠ فدان ، موزعة على ١٤٠٠ خبازة ويوضح الجدول التالى توزيع الحيازات الزراعية بقرية « تطاي » وفقا لفئات الحيازة :

جدول رقم (١)
توزيع الحيازة الزراعية بقرية تطاي (*)

فئة الحيازة	العدد	%
أقل من فدان	٤٥٠	٣٢٫١٤
من فدان - ٥	٧٥٠	٥٣٫٥٧
من ٥ - ١٠	١٥٠	١٠٫٧٢
١٠ أفدنة فأكثر	٥٠	٣٫٥٧
المجموع	١٤٠٠	١٠٠

وتشير بيانات الجدول أن الغالبية العظمى من الحيازات الزراعية بالقرية حوالى (٨٥٫٧٪) من الحيازات بها تقع في فئة الحيازة أقل من خمسة أفدنة وأن حوالى (٤٠٪) من هذه النسبة حيازات لا تتجاوز مساحتها الفدان ، الأمر الذى يشير إلى صغر وقزمة نمط الحيازة الغالب بالقرية ، وأن نسبة الحيازات المتوسطة والكبيرة أكثر من خمسة أفدنة لا تتجاوز (١٤٫٢٪) من أصحاب الحيازات وأن الحد الأقصى للحيازات الزراعية بهذه القرية لا يتجاوز ١٣ فداناً .

وأهم الزراعات بالقرية هي القطن والذرة والقمح ، والخضروات ، واتفواكه وبالذات التفاح البلدى والبرتقال والجوافة .

وتكشف بيانات تعداد عام ١٩٨٦ ، أن قرية « تطاي » لا تختلف عن باقي القرى المصرية من حيث التوزيع النوعى النسبى للسكان على أن اللاتنظر في تلك البيانات ، هو ما يظهر من تحسن طفيف في الحالة التعليمية بالقرية حيث تبلغ نسبة الأمية بها (٥٧٫٤٪) في حين أنها تبلغ (٥٨٫٥٪) في المناطق الريفية على مستوى الجمهورية ، ويعود ذلك إلى توافر فرص التعليم بالقرية ، حيث يوجد بها حالياً مدرستين ابتدائى وأخرى إعدادى للبنين والبنات بالإضافة إلى مدرسة ثانوية ومعهد دينى وموجودين بقرية الجعفرية الملاصقة لقرية تطاي .

وفضلاً عن توافر المدارس بالقرية (ابتدائى - إعدادى ، ثانوى) تتميز

(*) البيانات مستقاة من واقع سجلات الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

قرية تطاي بنواقر العديد من مؤسسات الخدمات الأخرى ، فيوجد بها جمعية تعاونية زراعية ، ومكتب بريد ، ونادى للشباب ، ومستنزل مخصص لخدمة أهالى قريتى الجعفرية وتطاي . وقد حظيت القرية بفرصة دخول المياه النقية إليها منذ نهاية الخمسينات وشهدت دخول التيار الكهربائى فى أوائل السبعينات والتى لا تكاد تخلو منها منزلا واحد بالقرية الآن .

وينتشر بالقرية محلات بيع الأقمشة والخردوات ولوازم البناء وتجاره الأخشاب والحبوب بالإضافة الى البقالة ، والجزارة والمطاعم وورش صناعة نوبيليا وغيرها وهى كلها أمور تشير الى تزايد ظهور وانتشار السمات الحضرية بالقرية .

ولا يختلف النمط العام للمساكن بالقرية عن النمط العام لمساكن الفلاح المصرى فجناب كبير من مساكن القرية مبنى بالطوب اللبن ، وفى أوضاع متلاصقة وشوارعها ضيقة وينتشر على مداخلها وفى أطرافها العديد من المساكن الحديثة المبنية بالطوب الأحمر والأسمنت المسلح ، ويتسم الوضع العمرانى بصفة عامة فى القرية بظواهر التناقض البنائى ، فجناب البيوت ذات الطابع التقليدى تتواجد البيوت ذات الطراز الحديث . ويعد هذا التناقض فى الشكل الفيزيقي للقرية انعكاسا للتناقض الواضح فى النشاط الاقتصادى للسكان بالقرية فبينما تزايدت الأنشطة غير التقليدية كالتجارة ، والمقاولات ، والصناعات الحرفية بها يعنيه ذلك من سرعة ظهور السمات الحضرية بالقرية ، نجد أن النشاط الزراعى التقليدى لايزال يستوعب ما يقرب من (٥٠ ٪) من جملة موارد النشاط بالقرية . على أن اللافت للنظر هو اتجاه الطابع الريفى التقليدى الى الانحسار ، بشكل سريع وواضح بالقرية مما يشير الى الطابع الانتقالي الذى تعايشه القرية حاليا ، ونمو السمات الحضرية بها ، ومن بين الخدمات النامية بالقرية . مكاتب المحامين ، والعيادات الطبية حيث يوجد بها حاليا خمسة مكاتب للمحاماة ، وأربع عيادات طبية ، ودار للمحاضاة .

٥ - أدوات العمل الميدانى وعينة البحث :

تتبع الدراسة المنهج الأنثروبولوجى والمنهج المقارن وفى ذلك اعتمدت على الملاحظة ، والمقابلة والمنقشات الفردية والجماعية المفتوحة كأدوات لجمع البيانات الميدانية . ولتنظيم عملية الملاحظة جرى وضع دليل لها يتضمن الجوانب التالية .

— سلوك التعرض والتعامل مع أدوات الاتصال المخفية ، والمضامين الأكثر رواجاً وانتشاراً لدى القرويين .

— موضوعات الحوار واساليب التخاطب والتفاعل بين الجماعات الاجتماعية المختلفة بالقرية .

— قدرة الفئات الاجتماعية المختلفة على المشاركة في عملية الاتصال .

— تأثيرات أدوات الاتصال الحديثة على الجوانب التالية :
قنوات الاتصال التقليدية ، العادات والتقاليد ، الاستراتيجية وسوق العمل . بناء القوة والنفوذ داخل القرية ، العلاقات الأسرية .

وقد قام الباحث بمراقبة هذه الجوانب بمنطقة البحث من خلال الاقابة شبه الكاملة بمنطقة البحث لمدة ستة شهور ، استغرقت الفترة من اول يناير ١٩٩٠ وحتى يونيو من العام نفسه ، وخلال هذه المدة دأب الباحث على التجول داخل شوارع القرية بالملابس القروية العادية والقيام ببعض الزيارات داخل البيوت ، والتردد المنتظم لدور بعض الأسر تحدثت أساسا في خمس أسر ترتبط بعلاقة قرابة ومعارف مع أسرة الباحث بالإضافة الى الجلوس والاختلاط بمواقع الأنشطة والخدمات المختلفة مثل الجمعية التعاونية ، وبنك القرية ، والورش الحرفية (الحياكة والموبيليا) ومحلات النقالة والمقهى ، والمسجد ودوار المدة وغيرها من أماكن الاتصال والتفاعل اليومي داخل القرية . وكان يجري تدوين مذكرات يومية بما يتم رسمه من ملاحظات حول السلوك أو العادة موضع التحليل والمراقبة على النحو الوارد في دليل الملاحظة .

كما استخدمت المقابلة وجرى توظيف هذه الأداة للحصول على بيانات كمية ووصفية تتعلق بحجم وأنماط تعرض الأفراد بمنطقة البحث لوسائل الاتصال المختلفة ، ورؤيتهم لكل وسيلة ، ومدى اعتمادهم عليها أو تأثرهم بها في مجرى حياتهم اليومية . وقد طبقت المقابلة المتعمقة مع عينة عشوائية طبقية منتزعة من (٢٠٠) فرد من الذكور والإناث ، على أساس السن من (٢٠-٦٠) سنة والنشاط المهني للفرد . وذلك وفقا للجدول التالي :

جدول رقم (٢)
(توزيع مفردات عينة البحث وفقاً للفروع والمهنة (١)).

المجموع	ذكور	إناث	
٥٠	٢٠	٢٠	فلاح / فلاحة تحوز
٥٠	٢٠	٢٠	فلاح / فلاحة لا تحوز
١٥	١٠	٥	عامل / عاملة (غير زراعى)
١٥	١٠	٥	مهنى
١٥	١٠	٥	حرفى
١٥	١٠	٥	ناجر
٢٠	١٠	١٠	موظف
٢٠	١٠	١٠	طالب
٢٠٠	١٢٠	٨٠	المجموع

وقد جرى تصميم دليلًا للمقابلة والحوار مع جماعة الباحثين من أفراد العينة . وقد تضمن الدليل (٨٨) سؤالاً موزعة على بندين الأول حجم وسلوك تعرض الافراد لمختلف أدوات الاتصال ويشمل الاسئلة من (١ - ٦٧) والثانى : ويتعلق بالعلاقة بين الجمهور وأدوات الاتصال المختلفة ويتضمن الاسئلة من (٦٨ - ٨٨) .

وقد اختبرت صحة وثبات الاسئلة خلال شهر يناير ١٩٩٠ ونفذت المقابلات المقننة التى طبقت خلالها اسئلة الدليل فى شكلها النهائى بعد التعديل بناء على التجريب الاولى فى شهر مارس ١٩٩٠ .

ومن المفترض ان يؤدى تكامل استخدام الملاحظة بأنواعها ، والمقابلة المقننة مع الباحثين من أفراد العينة ، والحوارات الحرة الفردية والجماعية التى تجرى بمنطقة البحث الى تلاقى ما قد يوجد من قصور فى استخدام أى من هذه الأدوات بفردتها ، والى تديمق قدرة البحث على الكشف عن

(١) اعتمدنا فى ذلك على المصادر التالية :

- (*) السجل المدنى لمركز مدينة السنطة الذى تتبعه القرية .
- (*) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء تعداد محافظة الغربية (١٩٨٦) .

مكونات بنية الاتصال بالقرية ، وأسلوب تعامل الأفراد بها مع أجهزة الاتصال المختلفة ، ورؤيتهم لها أو اعتمادهم عليها ، وكذا التأثيرات الثقافية لأجهزة الاتصال في المجتمع القروي . كما يساهم استخدام المهنج المقارن ، الى الوقوف على اوجه التباين بين مختلف الفئات المهنية والاجتماعية في التعامل مع وسائل الاتصال ، وفي التعرف على حقيقة التأثيرات التي تركها كل وسيلة في مجتمع القرية . ونسعى في الفصل القادم الى عرض نتائج عملنا الميداني .

الفصل السابع

الاتصال والثقافة (المعطيات الميدانية)

الفصل السابع

الاتصال والثقافة (المعطيات الميدانية)

نحاول في هذا الفصل ، عرض وتحليل ما تواتر لدينا من بيانات حصلنا عليها من منطقة البحث سواء من خلال تطبيق أدوات ، الملاحظة ، والمقابلة المفتوحة ودراسة الحالة أو المناقشات الفردية والجماعية المفتوحة التي أجريناها مع الأفراد بقرية البحث ، وترتبط خطة العرض بأهداف البحث وبإشهره من تساؤلات تدور حول مكونات بنية الاتصال بالقرية ، واسلوب تعامل القرويين مع أدوات الاتصال المختلفة ، والتأثيرات الثقافية التي أحدثتها هذه الأدوات سواء على مستوى مجتمع القرية ككل ، أو المستوى الأسرى أو الفردي . وبصورة محددة يتضمن هذا الفصل عرض بيانات العنصرين التاليين :

١ — مكونات بنية الاتصال بالقرية .

٢ — التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال .

أولا : مكونات بنية الاتصال بالقرية :

١ — الراديو :

نالت أجهزة الراديو محدودة العدد في قرى الريف المصرى خلال الخمسينيات من هذا القرن : ويقتصر وجودها على عدد من الأجهزة تعد على أصابع الأيدي ، وفي حوزة فئات معينة سواء أعيان القرى أو لدى أحد البقالين أو أصحاب المقاهى . ودخلت أجهزة الراديو بكثافة ملحوظة الى القرية المصرية مع بداية الستينيات وذلك في إطار ظهور الترانزستور وانخفاض أسعاره من جهة بالإضافة الى عودة الكثير من أبناء القرى المجندين الذين اشتركوا في حرب اليمن خلال الفترة من ١٩٦٢ — ١٩٦٧ من جهة أخرى ، حيث كانت تباع لهم المراتبات التي يقومون بادخارها هناك ، شراء أحد أجهزة الراديو أثناء العودة الى القرية بل وكانت حيازة مثل هذا الجهاز ، تعد بمثابة أحد مؤشرات التمايز في نظر المعبود من فضاء الفلاحين خلال ذلك الوقت . والحراك الذي حققه المجندون المائدون . ثم اخذت أجهزة الراديو في الانتشار بعد ذلك بصورة واضحة لدرجة أنه أصبح من النادر أن نجد أسرة ريفية الآن لا تحوز راديو أو اثنين على الأقل .

ونتيجة للإجراءات والقرارات الحماسية التي اتخذتها حكومة الثورة خلال حقبة الخمسينيات والستينيات والتي واكبت تغلغل وانتشار أجهزة الراديو في انقرة المصرية ، وميل هذه القرارات لدعم مركز القاعدة العريضة من الملاحين (الإصلاح الزراعي ، توزيع الملكية ، العلاقة بين الملك والمستأجر التعاونيات الزراعية .. الخ) وقيلام أجهزة الراديو بنقل هذه الإجراءات والقرارات الى القرويين ونشر الوعي لديهم حولها ، ارتبط في المذهن العام لدى القرويين ، وبالذات جماعة الفلاحين ، أن الراديو جهاز لمعرفة أخبار الدنيا .. وسماع الأخبار في المقام الأول ، وبلى ذلك في مرتبة تالية ، مهمة الترفيه ؛ سماع الأغاني والتبثليات الإذاعية) وذلك بعد أن اتجهت الدولة بعد هزيمة ١٩٦٧ الى تكثيف التوظيف الترفيهي للراديو (أغاني أم كلثوم ، وعبد الحليم حافظ ، والمباريات الرياضية ... الخ) وذلك في إطار محاولة السياسية الإعلامية آنذاك التخفيف من الآثار النفسية للهزيمة . وأخيرا الاستماع الى القرآن الكريم والبرامج الدينية والتي كثفت أيضا بعد هذا التاريخ عبر مختلف محطات الراديو المصرية لأسباب سياسية أيضا . وبعد دخول أجهزة التلفزيون والتسجيل وانتشارها في القرية المصرية منذ منتصف الستينيات ، قل الاستخدام الترفيهي للراديو في حين ظلت البرامج الإخبارية والدينية : تحظى بالأولوية المطلقة في استخدام القرويين لجهاز الراديو .

ويحتل الراديو مكانة متميزة بين أجهزة الاتصال الجماهيري من حيث الصور : المذهنية المحببة لدى القرويين ، فهو ليس « حراما » ، كما ينظر بعض القرويين حاليا الى جهاز التلفزيون ، والفديو مثلا ، كما أنه سهل الحمل والاستخدام ، ورخيص الثمن بالمقارنة ببقبة أجهزة الاتصال الأخرى . فضلا عن خلوة من التعبيرات السوقية والمشاهد الخارجية . ونتيجة لذلك عبر الجانب الأكبر من المبحوثين في حوارهم معنا حول مدى تمودهم على الاستماع للراديو عن ارتفاع درجة هذا التمود ، كما تكشف بيانات الجدول التالي :

جدول رقم (١)
(درجة تعود القرويين الاستماع للراديو)

درجة التعود	العدد	%
دائما	١٦٠	٨٠
حسب الظروف	٤٠	٢٠
لا أسمعه إطلاقا	—	—
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

وتظهر البيانات أن (٨٠٪) من اجمالي المبحوثين البالغ عددهم (٢٠٠) فرداً ، مستمعون الى الراديو بصورة دائمة أو منتظمة في حين لم تتجاوز نسبة المتعرضين العشوائى أو حسب الظروف عن (٢٠٪) فقط ، واختلت تملها نسبة من اقر بعدم استماعه الى الراديو على الاطلاق ، نتيجة على ما يبدو ان الاستماع الى الراديو نشاط يمارسه القروى في مناطق متعددة ، وحيثما يذهب الى المنزل والحقل وامكن العمل ، والمقهى والمواصلات وغيرها من اماكن تواجده .

ويبدو أن ذلك أيضا ، هو الذى دفع الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٠٪) الى الاقرار بأن الراديو ضرورى جدا عندما طرحنا عليهم السؤال الآتى ' ياترى الاستماع للراديو لازم منه ولا كله زى بعضه في راك ؟ في حين لم تتجاوز نسبة من اقر بأن كله زى بعضه ، مشيراً بذلك الى عدم اهتمامه كثيراً ببرامج الراديو (٤٠٪) من اجمالي افراد العينة ، الامر الذى يشير الى المكانة النى مازال الراديو يحتلها في القرية المصرية ، رغم انتشار اجهزة اخرى منافسة مثل التلفزيون والفيديو وشرائط التسجيل .

وقد أعاد التساؤل حول آخر مرة فتح المبحوث فيها الراديو تأكيد ارتفاع معدل التعرض والاستماع للراديو بين القرويين . فقد اشار الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٥٪) بأن آخر مرة هذه كانت « اليوم » أى ذات اليوم الذى اجرياً فيه الحوار . في حين لم تتجاوز نسبة من اشار الى أن آخر مرة كانت من يومين ثلاثة أو أكثر (٢٠٪) من اجمالي المبحوثين . وأوضح (١٥٪) فقط ان اتجاههم لفتح الراديو بانفسهم مسألة تخضع للظروف والوقت المتاح لهم ، وان كانوا يستمعون الى الراديو بالصدفة أثناء سيرهم في الطريق أو المواصلات أو غيرها من اماكن التواجد . وفي هذا الاطار تلاحظ وجود علاقة بين النوع والمهنة ومعدلات الاستماع الى الراديو ، فالنساء أكثر اقبالا من الرجال على الاستماع الى الراديو ، كما أن جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين تعد أكثر انتظاما في الاستماع للراديو من الموظفين والمهنيين والطلبة وهكذا .

وتظهر المناقشات مع جماعة المبحوثين ، أن فترة الصباح هى أكثر الفترات تفضيلا للاستماع الى الراديو كما يوضح الجدول التالى :

جدول رقم (٢)
(الوقت المفضل لتعرض المبحوثين للراديو)

الوقت المفضل للاستماع	العدد	%
الصباح	٨٠	٤٠
الضحى	٥	٢,٥
الظهرة	٥	٢,٥
العصر	١٠	٥
المغرب	٢٠	١٠
السهرة	٤٠	٢٠
حسب الظروف	٤٠	٢٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

وواضح من بيانات الجدول ان فترة « الصباح » هي اكثر الفترات تعرضا للراديو بنسبة (٤٠ %) فقد اوضح المبحوثون وبالذات جماعة الموظفين والمهنيين والطلبة انهم يستمعون الى الراديو خلال استعدادهم للخروج للعمل وتناولهم الفطار . ويلي ذلك من حيث الاهمية فترة « السهرة » وبالذات لدى جماعة الفلاحين بنسبة (٢٠ %) ، ثم فترة المغرب بنسبة (١٠ %) وتنخفض الى حد كبير نسبة تعرض القرويين الى الراديو في فترة الضحى او الظهرة والعصر الى حد كبير وهي الفترات التي يبدو ان جمهور المستمعين الى الراديو يتجه خلالها الى اجهزة التسجيل والكاست للاستماع الى الاغاني الشعبية والتسجيلات التي اصبح اقبال القرويين عليها يتزايد يوما بعد يوم كرد فعل على ما يبدو من جانبهم للمضامين الازاعمية غير المرتبطة بواقعهم في جانبها الاكبر . وظلت نسبة غير قليلة (٢٠ %) ، ترى انه لا يوجد وقت مفضل لديها للاستماع الى الراديو ، ولكن المسألة تخضع للظروف ووقت الفراغ المتاح او (النفس) على حد تعبير أحد المبحوثين .

ويبدو ان ظاهرة الاستماع الجماعي الى الراديو التي كانت سائدة في فترة سابقة ومنذ دخول الراديو الى القرية قد تلاشت او هي في طريقها الى ذلك ، حيث تزايد معدلات الاستماع الى الراديو بصورة فردية ، فقد ذكر الجانب الاكبر من المبحوثين (٦٥ %) انهم عادة يستمعون الى الراديو بفردهم ولا يناقشون ما يستمعون اليه مع الآخرين لو تصادف وجودهم بشكل عابر

إثناء عملية الاستماع ، في حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى اعتياده الاستماع إلى الراديو وهو مع آخرين (٣٥ ٪) من إجمالي الباحثين معظمهم من فئات الحرفيين والعمال ، ويبدو أن هذا التحول في هذه الظاهرة مرتبط بانتشار أجهزة التلفزيون والتسجيل ، التي أصبح التعرض لها هو الذي يأخذ في الغالب الصبغة الجماعية في مقابل تزايد التعرض الفردي للراديو ، ويشير ذلك إلى أن تأثير تواجد أجهزة التلفزيون والتسجيل على الراديو لا يكتف فقط في سحب أعداد غير قليلة من جمهور الراديو ، ولكن أيضا في تعديل سلوك تعرض الجمهور للراديو وفي توقيت هذا التعرض .

وتشير الملاحظات الميدانية ، وكذا الحوارات المتعمقة مع الباحثين إلى أن الاستماع إلى الراديو من جانب الأفراد بالقرية ، عادة ما يتم أثناء قيام الفرد بإداء عمل ما بل أن البعض يترك الراديو مفتوحا وهو نائم أو منكب في عمل جاد ، ويندر إلى حد كبير الاستماع إلى الراديو والفرد جالس مقترنا للاستماع فقط . فقد ذكر الجانب الأكبر من الباحثين بنسبة (٨٠ ٪) أنهم يستمعون إلى الراديو أثناء قيامهم بإداء عمل ما ، في حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى تفرغه للاستماع (٢٠ ٪) فقط ، وذكر (١٥ ٪) من إجمالي الباحثين أن المسألة تخضع للمصادفة والظروف ، وهو أمر له دلالة بالغة عند بحث قضية تأثير المضامين الإذاعية ، حيث يبدو الاستماع وكأنه أصبح عادة أكثر منها محاولة للإدراك الجيد لحقيقة ما يذاع عبر موجات الراديو .

وقد انجبه الحوار مع الباحثين للتعرف على المحطات الإذاعية المفضلة لديهم ، وطرحت عليهم السؤال الآتي : **يقتري بتحب تسمع محطة إذاعية معينة ولا كله زى بعضه ؟** ويكشف الجدول التالي عن نتائج أجابات الباحثين على هذا التساؤل :

جدول رقم (٣)
(درجة تمييز الباحثين بين المحطات الإذاعية)

درجة التمييز	المعد	٪
إذاعة معينة	٨٠	٤٠
كله زى بعضه	١٢٠	٦٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠ ٪

وتشير بيانات الجدول ، أن الغالبية العظمى من الباحثين بنسبة (٦٠ ٪)

ليست لديها محطة اذاعية مفضلة أو ترغب في الاستماع إليها « دابا » حينما تقرر الاستماع الى الراديو ، ولكن كل محطات الراديو تبدو متشابهة لديهم ولا محل للتفضيل بينها . في حين أوضح (٢٠ ٪) فقط من اجمالى الباحثين ان لديهم اذاعة معينة يفضلون الاستماع اليها ، ياتى على رأسها اذاعة « القرآن الكريم » .

وفي محاولة من جانبنا لاعادة التثبت من هذه البيانات وتعميق الحوار في هذا الجانب ، طرحنا على الباحثين السؤال التالى : **تعرف تقولى اسماء بعض المحطات الاذاعية التى بتسمعها اكثر ؟** وكان اللافت للنظر فى استجابات الباحثين على هذا التساؤل ، ان نسبة غير قليلة من الباحثين يصل الى (٤٠ ٪) اما انها لم تستطع تحديد اسم محطة اذاعية معينة أو انها اكتفت بتريد اسم محطة اذاعية واحدة فقط ، مما يشير الى خاصية التعرض العشوائى ، وغير الانتقائى للراديو التى اشرنا اليها من قبل .

ووفقا لما ورد على لسان الباحثين الذين تمكنوا من تحديد اسم بعض الاذاعات ، تنبى اذاعة القرآن الكريم على رأس القائمة ، وتليها اذاعة صوت العرب ، ناشر الشرق الاوسط ، فالبرنامج العام ، واذاعة أم كلثوم ، على الترتيب ، وكان اللافت للنظر غياب ترديد أسماء محطات اذاعية تزايد نشاطها فى الآونة الاخيرة مثل اذاعة الشباب والرياضة ، وادى النيل ، واذاعة وسط الدلتا ، والاخيرة اذاعة محلية تدخل قرية البحث فى نطاق بثها ، وغشقت أية محاولة من جانبنا لتعميق الحوار حول نشاط وفاعلية هذه الاذاعة .

وقد اثنج الحوار مع الباحثين للتعرف على درجة تعرضهم للاذاعات الأجنبية ، ولوجها اليهم بالسؤال الآتى : **يقرى بتحجب تسمع اذاعات اجنبية ؟** ويكشف ااحدول التالى عن نتائج استجابات الباحثين على هذا التساؤل :

جدول رقم (٤)

(مدى استماع القرويين للاذاعات الأجنبية)

الاستماع للاذاعات الأجنبية		العدد	٪
يستمع اليها بانتظام		—	—
احيانا يستمع اليها		٨٠	٤٠
لا يستمع اليها اطلاقا		١٢٠	٦٠
المجموع		٢٠٠	١٠٠ ٪

وتوضح بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٦٠٪) من أجيالي أفراد المعينة لا يستمعون إلى الإذاعات الأجنبية . في حين أشارت نسبة لا تتجاوز (٤٠٪) إلى أنها أحيانا تلتصيح إلى الإذاعات الأجنبية ، ولم تصادف حالة واحدة ، أقرت أماننا بأنها تستمع إلى الإذاعات الأجنبية بصورة منتظمة أو دائمة . وتكشف المشاهدات الواقعية أن لجوء الأفراد إلى الإذاعات الأجنبية وبالذات فئلت المواطنين والمهنيين والطلبة بالقرية ، عادة ما يتم وقت الأزمات أو وقوع الأحداث الهامة وبالذات الداخلية ، حيث تغطي هذه الإذاعات بمصادقية أكبر لدى الأفراد في نقل الأنباء حول هذه الأحداث ثم يقوم هؤلاء الأفراد ، من خلال تفاعلاتهم عبر قنوات الاتصال الشخصي بتقل وتزيد وقائع الأحداث كما ترددها هذه الإذاعات مع التفهم والسخرية عادة من الرواية الرسمية لتحدث كما ورد عبر وسائل الإعلام المحلية .

وكان من الطبيعي تعميق الحسوار مع جماعة المبحوثين الذين اقروا بتعرضهم للإذاعات الأجنبية ، بهدف التعرف على هوية هذه الإذاعات ، وأسباب أقبالهم عليها ، ويكشف الحوار في هذا الجانب ، أن إذاعة لندن واسرائيل ومونت كارلو وصوت أمريكا على الترتيب هي الإذاعات الأجنبية التي وردت أسماؤها على لسان المبحوثين كإذاعات يستمعون إليها أحيانا وتلاحظ هنا غياب ترديد أسماء أية إذاعات عربية ، ربما بسبب أن لفظة « اجنبى » التي طرحتها فهمت على أنها كل ما هو غير عربى ، أو ربما لضعف وقع كلمة الإذاعات في القرية .

وحول أسباب هذا الاستماع وبالذات الاستماع إلى الإذاعة الإسرائيلية، أشار المبحوثون إلى اهتمام هذه الإذاعات بالأغاني القديمة « الكويصة » على حد تعبير أحد المبحوثين مثل أغاني أم كلثوم ، وعبدالحليم حافظ ، وكذا اهتمامها بالتراث الشعبي المحلي مثل المواويل ، والأجاديث الدينية وغيرها فضلا عن ما تذيعه من أنباء ووقائع تعبر عن وجهة النظر الأخرى والتي لا ترد في وسائل الإعلام المحلية .

وقد انجى الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية البرامج المفضلة لديهم في الراديو ، وجاءت البرامج الدينية والقرآن الكريم على رأس قائمة التفضيلات وبمعدل تكرار شمل الجانب الأكبر من المبحوثين ، وعلى نللك في مرتبة تالية : المسلسلات الإذاعية ، ثم برنلج ربات البيوت ، وكلتين وبس وهمسة عتاب ، ونشرة الأخبار ، والمباريات الرياضية وأخيرا برامج المنوعات ولم يرد على لسان المبحوثين أية إشارة أو ترديد لبرامج المرأة والطفل ، أو الإرشاد الزراعى ، أو البرامج الثقافية وغيرها من البرامج والموضوعات الإذاعية التي ربما قد يتعرضون لها بالمصادفة ولكنها ليست لها خلفية في أذهان

الكثير من الباحثين أو لافئة لفظهم وبالتالي تدنت قدرتهم على الإشارة إليها في حوارهم معنا ، مما يؤكد مرة أخرى خاصية التعرض العشوائي وغير الواعي للعديد من برامج الراديو التي أشرنا إليها من قبل .

وأيا كانت طبيعة البرامج المفضلة لدى الباحثين أو الصورة الذهنية لديهم عن أوجه الاستفادة من الراديو ، فقد عبر الكثير منهم في حوارهم معنا عن عدم إمكانية الاستغناء عن الراديو في حياتهم ، عندما طرحنا عليهم السؤال الآتي : **في رأيك الناس في البلاد هنا ممكن تستغنى عن الراديو ؟** ويكشف الجدول التالي عن هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥)
(مدى استغناء الباحثين عن جهاز الراديو)

المدد	%	مدى الاستغناء
٢٠	١٠	يستطيع الاستغناء
٧٠	٣٥	ليس له
١١٠	٥٥	لا يستطيع الاستغناء
٢٠٠	١٠٠	المجموع

وتشير البيانات أن الجانب الأكبر من الباحثين بنسبة (٥٥ ٪) يرون أن الراديو لا يمكن الاستغناء عنه ، فقد استقر كظاهرة اجتماعية في حياتهم رغم قلة استناداتهم من برامجهم في حياتهم الفعلية في حين أشارت نسبة غير قليلة أيضا (٣٥ ٪) أن هناك من يستطيع الاستغناء عنه وآخر من لا يستطيع . وقد تلاحظ أن مثل هذه الاستجابة قد ظهرت بصورة واضحة لدى جماعة الموظفين والمهنيين والطلبة وبين فئات الشباب منهم تحديدا ولم تتجاوز نسبة من أقر بإمكانية استغناء الناس في البلاد عن الراديو ، بالنظر إلى ظهور التلفزيون وأجهزة التسجيل وغيرها من أجهزة الاتصال عن (١٠ ٪) فقط من إجمالي الباحثين ، الأمر الذي يؤكد صحة ما أشرنا إليه من قبل عن الصورة الذهنية المحيطة لدى القرويين على اختلاف تصنيفاتهم الاجتماعية والمهنية عن الراديو بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى ، كالتلفزيون والفيديو وغيرها .

ومع أن نسبة كبيرة من الباحثين لم يتمكنوا من تحديد أكثر الفئات في البلد استفادة من الراديو « مشن عارف » ردا على تساؤلنا : **أنت شايف مين من الناس في البلاد بيستغل أكثر من الراديو ؟** إلا أن من استطاع منهم الإجابة

على هذا اتسأول ، أشار الى فئة الفلاحين والمهنيين وكبار السن بالذات من الرجال والنساء بالقرية . وحول أوجه الاستفادة الفعلية من الراديو ، أعاد المبحوثون ترديد ما سبق أن أشاروا اليه في حوارهم منساحول البرامج المفضلة من الاستماع الى القرآن الكريم والاحاديث الدينية ، والمتسلة ومحو الأمية ، ومعرفة أخبار الدنيا ، وكان اللات للنظر هنا أن يتحدث البعض عن استفادة الفلاحين من برامج الارشاد الزراعى ، وهو ما لم يرد من قبل فى حديثهم معنا عن البرامج المفضلة مما يدفعنا الى التهوين من قيمة ما رده هؤلاء حول الاستفادة من برامج الارشاد الزراعى خصوصا وقد تلاحظ أن مصدر ترديده قد جاء من جانب بعض المتعلمين ، وليس من جانب الفئات المعنية أصلا ببرامج الارشاد الزراعى وهم جماعة للفلاحين .

٢ - التليفزيون :

كان دور التليفزيون منذ بدء ارساله فى عام ١٩٦٠ ، يكاد يكون غائبا تماما فى المجتمع الريفى ، حيث اقتصر تواجده وانتشاره فى اطار غياب التيار الكهربائى على محاولات كل من وزارة الثقافة والزراعة الزام بعض الجمعيات التعاونية شراء أحد الأجهزة واستخدامها فى مناسبات معينة أو لدى أحد المقاهى التى تقوم بتشغيل الجهاز بصفة خاصة فى مباريات كرة القدم وبعض التمثيليات والأفلام لجمهورها مقابل أجر معين ، ولذلك كان جمهور المشاهدين ينحصر فى ثلث شرائح اجتماعية معينة كالموظفين والشباب وبعض الأعيان. وقد حدث تحول واضح فى انتشار التليفزيون وجمهور المشاهدين منذ منتصف السبعينيات وذلك بعد دخول التيار الكهربائى فى العديد من القرى ، وإقبال العديد من القرويين من مختلف الفئات والشرائح الاجتماعية على حيازة أجهزة التليفزيون وأصبح مشاهدة التليفزيون ، تعد أحد ممارسات الحياة اليومية لدى قطاعات واسعة من الجبابير وبصفة خاصة فى فترة ارسال المسائية .

وتشير انبيانات الميدانية ، الى ارتفاع معدلات حيازة أجهزة التليفزيون بقرية البحث ، فقد أشار (١٩٤) مبحثا بنسبة (٩٧٪) من اجمالى المبحوثين من أفراد العينة البالغ عددهم (٢٠٠) فردا الى أن لديهم جهاز تليفزيون ، بل أن بعض المبحوثين ذكر أن لديهم أكثر من جهاز (ابيض واسود وملون) ومع هذا الانتشار الواسع لأجهزة التليفزيون بالقرية ، والذي قد يجعل من التليفزيون أحد أهم مكونات بنية الاتصال بالقرية ، إلا أن الفجوة بين حيازة الفرد لجهاز التليفزيون ، ومعدل تعرضه لبرامجه تبدو واسعة حاليا ، حيث تشير البيانات الى الانخفاض الملحوظ فى معدل تعرض القرويين اليومى لجهاز التليفزيون كما يوضح الجدول التالى :

جدول رقم (٦)
(معدل التعرض للتلفزيون بقرية البحث)

معدل التعرض	العدد	%
كل يوم	٨٠	٤٠٪
بظروفها	٨٠	٤٠٪
لا اشاهده	٤٠	٢٠٪
المجموع	٢٠٠	

ونشير البيانات ان ما يقرب من (٦٠ ٪) من المبحوثين اما انهم يتعرضون الى التلفزيون بطريقتة الصحنية وحسب الظروف اولا يتعرضون له على الاطلاق ، في حين ان (٤٠ ٪) فقط من اجمالي المبحوثين هم الذين يتعرضون يوميا الى التلفزيون ، وكانت اهم اسباب عدم الانتظام في التعرض اليومي للتلفزيون ، هي المشاغل وعدم وجود وقت بصرف النظر عن اية اعتبارات اخرى ، ويبدو ان تقلص وقت الفراغ لدى القرويين النساجم عن تزايد ضغوط الحياء وانشغال الجانب الأكبر منهم في تعبير قوت يومهم ، والعمل باكثر من مهنة ، هو أحد اسباب انخفاض تعرض المبحوثين الى التلفزيون ، خصوصا وأنه — على خلاف الراديو — يتطلب تنرغ كامل عند التعرض وحتى اذا توافر وقت الفراغ ، وهو عادة ، وقت المسهرة فان التيار الكهربائي نتيجة لضعف المحولات وكثرة الاحمال — كثيرا ما ينقطع او يضعف بحيث يصعب معه تشغيل اجهزة التلفزيون ، وحتى اذا امكن تشغيل هذه الاجهزة ... ، فان الصورة عادة ما تكون غير واضحة خصوصا وان معظم هذه الاجهزة من النوع الابيض والاسود مما يجعل من عملية المشاهدة اربا بالبح الصعوبة وباعثا للانصراف عن التلفزيون أو تطيل وقت التعرض له وبالأذات لدى كبار السن .

وتشير البيانات الى ان الجانب الأكبر من المبحوثين من افراد العينة الذين افروا بنصرهم للتلفزيون سواء التعرض اليومي او بالصادفة ، ان معدل التعرض الغالب لا يتجاوز الساعة ، وان نسبة تعرض الفرد للتلفزيون لساعتين او اكثر في اليوم لا تتجاوز (٢٠ ٪) من اجمالي عدد المتعرضين للتلفزيون ، وهو الامر الذي يشير الى الانخفاض الواضح والمستمر في اعتياد القرويين على التلفزيون كثافة اتصال بالمقارنة بالفترات السابقة التي اعتيت دخول وانتشار التلفزيون في مجتمع القرية .

وتعد فترة ما بعد الظهر من الساعة الثالثة مساءا وكذا فترة المسهرة ،

هي أكثر فترات مشاهدة تركيزا . ويبدو أن ذلك يعود إلى ارتباط فترة ما بعد الظهر - عادة - بإذاعة الجريبات الرياضية ، وفي المساء والسهرة بالمسلسلات والأفلام التلفزيونية والتي تعد لدى القرويين على ما يبدو الدافع الرئيسي لحياة التلفزيون أو التعرض له .

وعادة ما تتم مشاهدة التلفزيون في إطار جمعي أو اسرى ويندر أن تتم بصورة فردية حيث كثيرا ما يجلس النسر لمشاهدة التلفزيون في حضور الأهل أو الإصدقاء ، أو الجيران وغيرهم ممن يشركونه المشاهدة ، وعادة تدور المناقشات والملاحظات المتبادلة بينهم أثناء المشاهدة . والتي كثيرا ما تأخذ روح الدعاية والسخرية والحرج أحيانا من بعض المشاهد وبالأذات تلك التي نخرج عن التقاليد والأعراف التي يخبرها القرويون ومن ذلك صور المعانق بين الرجال والنساء والرقص وغيرها . ويعد الرجال في ذلك أكثر شعورا بالسخف والحرج من النساء لدى مشاهدة هذه الصور وقد عبر العديد من من المبحوثين في حوارهم معنا عن قرفهم واشمزازهم من بعض ممارسات التلفزيون ونكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « والله كلام غاضى ومسخرة يا استاذ » . « الواحد بيخرج لما بيتقى قاعد مع أولاده ويشوف الكلام الغاضى ده » . « انسا والله لولا الأولاد ما أخلى التلفزيون ده » ، « التلفزيون خراب » الى غيرها من الاستجابات التي تكشف عن عدم الرضى والرفض من بعض المشاهد التلفزيون التي كثيرا ما ترد في المسلسلات والأفلام والإعلانات التلفزيونية التي تحظى باقبال واهتمام قطاع واسع من القرويين بالأذات فئات النساء والشباب .

وقد دمننا هذه الاستجابات الى محاولة تعميق الحوار مع المبحوثين ، للوقوف على حقيقة الصورة الذهنية ومدى المصادقية التي يحظى بها التلفزيون لدى القرويين . ويبدو أن الطريقة التي تم بها ادخال التلفزيون الى القرية ، واقتنار تشغيله في المقاهي على المباريات الرياضية والأفلام ، وانفراط السياسة الاعلامية في إطار الظروف التي مرت بها الدولة في أواخر السبعينيات والسبعينيات الى ترويج الصابون الترفهية والخيالية الى ارتباط التلفزيون في اذهان العديد من القرويين بأنه وسيلة للفرجة والمتعة والانبساط وليست وسيلة ثقافية تعليمية اخبارية ، فالتلفزيون مطلوب في البيت لا لمشىء ، سوى للفحشة وادخال البهجة والسرور على الأولاد أو لتعهم من الاختلاط بأولاد الجيران ، أو لشغل وقت الفراغ ، أو لمنع الشعور بالوحدة . هذه النظرة الترفهية للتلفزيون تظهر بوضوح في الثقافة القروية في حالة وفاة أحد أفراد الأسرة ، أو أحد الجيران ، حيث يغلق التلفزيون تماما في هذه الحالة ، ولايام طويلة تعبيرا عن الحزن اذ لا يصح الفرجة على التلفزيون والانبساط والمتعة في إطار هذه الثقافة ، مع ظروف الحزن التي يمر بها الإخسرون .

وبجانب هذه النظرة الترفيهية للتلفزيون ، لسنا تصور متنامى ولافت للنظر لدى اعداد من الفئات وبالأذات لدى جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين بل وايضا بعض المتعلمين بالقرية بأن التلفزيون « حرام » . وقد تأكد لدينا ذلك وبصورة واضحة حينما طرحنا على الباحثين من افراد الفئة السؤال المباشر الآتى : هل التلفزيون حلال أم حرام ؟ ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات الباحثين اللفظية من هذا السؤال :

جدول رقم (٧)
(رأى الباحثين فى جهاز التلفزيون)

الرأى	المعد	%
التلفزيون حلال	٩٠	٤٥
التلفزيون حرام	٧٠	٣٥
لا رأى	٤٠	٢٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

وتشبه بيانات الجدول ، ان نسبة غير قليلة تصل الى (٣٥ ٪) من اجمالى الباحثين ، ترى ان الفرجة على التلفزيون أصبحت « حرام » نتيجة لما يقدمه من مشاهد يعتبرونها من وجهة نظرهم خارجة عن التقاليد ويحرمها الدين . ومع ادراكنا لامتناع طرح التساؤل بهذا الشكل المباشر ، وبالتالى امتناع نتيجة الاجابة عليه ايضا ، لاحتمالية أن يتجه الباحث وبصورة آلية بدافع الغيرة على الدين أو الظهور بمظهر التدين . . المخ الى اصدار حكمه « بحرمانية » التلفزيون ، الا ان الدلالة الحقيقية حتى لمثل هذه الاجابة الافتتاحية ، هو تأكيد وجود موقف رافض لدى قطاع غير قليل من القرويين نحو ممارسات التلفزيون . واذا كان هذا الرافض يبدو مظهريا أو شكليا ازاء حرص الفرد على حيازة التلفزيون أو التعرض له ، مما يكشف عن ازديادية واضحة فى هذا المجال ، الا ان خطورته ، وهذا ما يعنينا فى مجال التأثير الثقافى ، تكمن فى اضعاف المقدرة التأثيرية للتلفزيون ، والنظر الى ما يقدمه من مضامين سواء فى شكل مسلسلات أو افلام أو اعلانات أو برامج ثقافية واخبارية على انها اشياء غير منطقية أو خيالية ، وانها فقط للفرجة والمتعة والتسلية ولا علاقة لها بدنيا الواقع الحقيقى ويستحيل تمثلها . وهذا ، على ما يبدو ، هو الاطار النفسى الفعلى الذى أصبحت تفهم وتفسر فى اطاره الكثير من المضامين التلفزيونية وبالأذات تلك المتعلقة بالمسلسلات والافلام التى يكرر رواجها لدى القرويين .

ومع ذلك ، وفي إطار هذا الجو النفسي والنظرة الثقافية الى التلفزيون يستخدم الأفراد وبالذات جماعة شباب الفلاحين والحرفيين والصبية بالقرية بعض التعبيرات والمصطلحات التي ترد بالذات في المسلسلات والاعلانات التلفزيونية المنتشرة وإطلاق الأوصاف على بعضهم البعض ، « يا واد ياحلو » « حستسك » ، « اصحى للون » الى غيرها من التعبيرات الموسوقة التي عادة ما ترد في بعض المسلسلات التلفزيونية وتظل هذه التعبيرات تتداول لفترة ثم تختفى بعد انتهاء عرض المسلسل ليظهر مصطلح او تعبير آخر ويختفى وهكذا .

ويكتسب الحوار مع جماعة الباحثين ، حول القنوات التلفزيونية المفضلة من ميل الغالبية العظمى من الباحثين الى اقرار تفضيل القناة الاولى بالتلفزيون ، ويبرر هذا التفضيل على أساس أنها « بتجيب برامج حلوة » ومع ذلك ، فإن الملاحظة الميدانية لسيلوك تعرض الباحثين للتلفزيون تكشف عن عدم وجود تفضيل معين لقناة معينة ، ولكن يرتبط الأمر بما نقدهه كل قناة من مضامين تتعلق أساسا بالمسلسلات والافلام والمباريات الرياضية . فقد تبين لى مثلا ان نشرة اخبار الساعة التاسعة مساء لم تكن تغطي بأدى قدر من الاهتمام في النصف الثاني من شهر رمضان بالمقارنة بالإقبال الواسع للأفراد بالقرية على مشاهدة مسلسل « ليالى الخيامية » الذى بدأ يذاع في تلك الفترة على القناة الثانية في نفس توقيت اذاعة نشرة الاخبار على القناة الاولى .

وتؤكد هذه الملاحظة الميدانية مرة أخرى ، في الحوار مع جماعة الباحثين حول مدى تفضيلهم بين مشاهدة الافلام والمسلسلات العربية والافلام والمسلسلات الاجنبية اذا ما تصادف ان قدمت في الوقت ذاته على قناتي التلفزيون الاولى والثانية ، فقد مالت الغالبية العظمى من الباحثين وبالذات جماعة الملاحين والمعمال والحرفيين الى الاعراب عن تفضيلهم عندئذ لمشاهدة الافلام والمسلسلات العربية ، وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى « يا عم احنا فهمنا عربى لما حنفهم اجنبى » ، « هيه الافلام الاجنبية حلوة صحيح بس الواحد ما بيغرفش يتابعها كويس » ، « في الافلام الاجنبية بيبرطوا كثير وعلى ما الواحد بيجي يقرأ ما بيلحش » ، الى غيرها من الاستجابات التي تشير الى سيادة تفضيل مشاهدة المسلسلات العربية على نظيرتها الاجنبية لدى الباحثين ، وهى نتيجة لها دلالتها عند مناقشة تأثيرات البرامج الوائدة او الاجنبية في القرية المصرية .

وفي محاولة للتعرف على نوعية البرامج والمضامين التلفزيونية الأكثر رواجاً وانتشاراً بين القرويين طرحنا على الباحثين السؤال الآتى :

ممكن تقولى الحاجات اللى بتتفرج عليها دايما في التلفزيون وتحب يتابعها

على طول ؟ وتكشف استجابات الباحثين على هذا التساؤل عن تفضيل البرامج التالية : المبريات الرياضية ، المسلسلات العربية ، الأفلام ، البرامج الدينية « الشيخ المشراوي ، ومصطفى محمود » ، برنامج عالم البحار ، نشرة الأخبار والاعلانات التجارية وبرامج المرأة والطفل على المقربين ومقالات تكرارها ، وكان اللافت للنظر غياب أية إشارة إلى البرامج الثقافية أو التعليمية وبرامج التوعية والإرشاد الزراعي وغيرها من المصالحين والبرامج التي يقدمها التلفزيون ، ويلاحظ هنا أن الانتباهات الاجتماعية والمهنية تلعب دورها في تحديد ترتيب تفضيل مشاهدة هذه البرامج ، النساء مثلاً فضلن في المركز الأول المسلسلات العربية في حين يفضل الرجال المباريات الرياضية ، ويهتم الحرفيون والمعلم والطلبة والتجار في المقام الأول بمشاهدة المباريات الرياضية في حين تحظى المسلسلات والأفلام بأفضلة المشاهدة على المباريات الرياضية لدى جسيمة الفلاحين والمهنيين والموظفين وهكذا .

وأيا كانت درجة تأثير التغييرات الاجتماعية والمهنية في تحديد التفضيلات المشاهدة التلفزيونية ، فإن المراقبة المتعمقة للأسر الخمس محل دراسة الحالة ، تكشف أن الأبناء لعبوا الدور الأساسي في انتقاء القناة أو البرنامج الذي سيجتمع حوله أعضاء الأسرة لمشاهدته ، ويلى ذلك الزوجات وأخيراً يأتي دور رب الأسرة الذي يبدو أن دوره يقتصر في هذا المجال إلى حد كبير مما يشير إلى الدور البالغ الذي يلعبه الأبناء في توجيه استخدام التلفزيون في القرية المصرية . وبالتالي مدى الاستفادة من هذه الوسيلة الاتصالية .

ويكشف الحوار مع الباحثين حول مدى أهمية التلفزيون في حياتهم عن ميل الغالبية العظمى من المبحوثات من أفراد العينة إلى تأكيد ضرورة التلفزيون ، في حين تبينت آراء المبحوثين من الرجال حول هذا الموضوع . فلبعض منهم وبالذات فئات الحرفيين والطلبة والتجار أشار إلى ضرورة التلفزيون في حين أشار البعض الآخر وبالذات فئات الفلاحين والمهنيين والموظفين إلى عدم ضرورته وردوا في ذلك استجابات مثل : والله أهو ذى عجمه ، هو زينة في البيت وبس ، مش ديمس ، إلى غيرها من التعبيرات التي تكشف عن تدنى مكانة التلفزيون في حياة هؤلاء الأفراد .

ويكشف الحوار مع الباحثين الذين عبروا عن ضرورة التلفزيون(*) ، حول جوانب استفادتهم من التلفزيون في حياتهم عن اعساده تأكيد الاستخدام الترفيهي للتلفزيون ، كما يوضح الجدول التالي :

(*) بلغ عدد هؤلاء ١٤٠ مبحوثاً فقط من إجمالي المبحوثين البالغ عددهم (٢٠٠) مبحوثاً .

جدول رقم (٨)
« أوجه الاستفادة من التلفزيون »

العدد	%	أوجه الاستفادة
٨٠	٥٧,١٤	في التسليّة وتضييع الوقت
١٥	١٠,٧٢	في معرفة أحوال الدنيا
١٢	٨,٥٧	الواحد يتعلم حاجات كثيرة من التلفزيون
٨	٥,٧١	ببمعرف الناس قرارات الحكومة
٢٥	١٧,٨٦	ببمعرف الواحد أراى يصرف في المشاكل
١٤٠	١٠٠%	المجموع

وتكشف بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٥٧,١٤ ٪) يستفيد من التلفزيون في التسليّة وتضييع الوقت في حين لم تتجاوز نسبة الاستفادة من التلفزيون في معرفة أحوال الدنيا مثلاً (١٠,٧٢ ٪) أو التعلم من التلفزيون عن (١٠,٧٢ ٪) و (٨,٥٧ ٪) على الترتيب ، الأمر الذى يؤكد سيادة النظرة الترفيهية والاستخدام الترفيهى للتلفزيون في مجتمع القرية .

٣ - الصحف :

ظل دور الصحف في إطار انتشار الأمة وصعوبة المواصلات محدوداً في القرية المصرية طوال فترة الخمسينات مع تحسن طفيف ويطيء خلال حقبتى الستينيات والسبعينيات في إطار تزايد تواجد الموظفين واعداد المتعلمين في القرى وتحسن طرق ووسائل المواصلات أو فك عزلة الريف بصفة عامة وأصبح من المألوف الآن ان نشاهد اكتساف توزيع الصحف في الكثير من القرى المصرية وبالذات القرى « الأم » . وفي قرية « تطساي » يوجد موزع للجرائد ترد اليه الصحف من مركز السنطة وتشمل مختلف أنواع الجرائد والمجلات اليومية والاسبوعية ، وخلال حقبة الثمانينيات وفي إطار الانتعاش المادى الذى عاشته بعض الاسر نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة وإعادة توطين المواطنين في قراهم ... الخ . كان يعم الاتفاق بين موزع الصحف وبعض الاسر بالقرية من مختلف الفئات لتزويدها بجريدة أو أكثر مقابل أجر مبادئ يدفع في نهاية كل شهر . أما الآن وبعد ارتفاع اسعار الصحف ، فقد تلاشى هذا السلوك وأصبح حصول الأفراد على الصحف يأتى من خلال الشراء المباشر

من متنان توزيع الصحف سواء في القرية أو بالمدن المجاورة التي يتردد الأهالي عليها سواء للعمل أو المبادلات التجارية .

وقد اتجه الحوار بداية مع المبحوثين حول الصحف للتعرف على الصورة الذهنية لديهم حول هذه الوسيلة الاتصالية ، حيث تبين لنا بوضوح ان القرويين يتعاملون مع الصحف منذ بداية معرفتهم بها باعتبارها أداة للتثقيف ومعرفة أخبار الحكومة وأحوال الدنيا ، وأن هذا الفهم يتساوى لدى كافة الفئات الاجتماعية والمهنية بالقرية ، ومع ذلك نلمس تصورا متزايد لدى عدد غير قليل من المبحوثين للنظر الى الصحف باعتبارها أداة للتسلية وقضاء الوقت وتخص النفاس المتعلمين الكبار وسكان المدينة وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « الجرنال للتسلية » ، « الجرنال للمدينة مش هنا يا بيه » ، « الجرنال النهاردة غالى يا عم » الى غيرهما من الاستجابات التي تشير الى التحول المتزايد في الرؤية التقليدية للقرويين نحو الصحف وذلك في اطار خطو مضمونها من الاحداث الهامة أو المتعلقة بالقرويين وغلو اسعارها وقيام وسائل الاتصال الاخرى بمهمة نقل الاخبار بصورة اسرع واكثر حيوية وملاءمة للقرويين .

ويظهر الحوار مع المبحوثين من مختلف الفئات حول مدى تمودهم على قراءة الجرائد عن انخفاض ملحوظ في معدلات تعرضهم اليومي للجرائد ، ويوضح الجدول التالي هذه الحقيقة .

جدول رقم (٨)

« درجة تمود المبحوثين على قراءة الجرائد »

العدد	%	درجة التعود
٤٠	٢٠	يقراها كل يوم
٧٠	٣٥	أحيانا
٥٠	٢٥	لا يقراها
٤٠	٢٠	لا يعرف القراءة
٢٠٠	١٠٠ %	المجموع

وتكشف بيانات الجدول ان (٢٠%) فقط من اجمالي افراد العينة هي التي تقرا الجرائد بصورة منتظمة ويومييا وحتى هذه النسبة تبدو مبالغ فيها وغير واقعية في اطار حرض بعض المبحوثين وبالذات جماعة الموظفين والطلبة

الظهور أمامنا بمظهر المتعلم أو « المتصور » في حين تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة عن خروج أعداد غير قليلة من الأفراد عن دائرة الانتظام اليومي في قراءة الجرائد نتيجة لارتفاع أسعارها ، وتقلص فرص تبادل الجرائد أو استعارتها نتيجة لمضييق الوقت واشتغال الفرد بكثير من مهنة واحدة ، فضلا عن رقابة وزوتينية المعلومات والأحداث التي تقدمها الصحف ، ومع ذلك تظل نسبة غير قليلة (٣٥٪) من أجمالى المبحوثين تقرأ الجرائد أحيانا أو بالمصادفة سواء بالشراء حينها يتاح لها الفرصة لذلك أو من خلال الاستعارة من الآخرين في المواصلات وأماكن العمل وغيرها .

وقد أوضح بعض المبحوثين من أفراد العينة الذين قرروا عدم قراءتهم للصحف رغم توافر مهارة القراءة لديهم والبالغ عددهم (٢٥٪) من أجمالى المبحوثين أنهم كانوا يقرأون الجرائد من قبل ، ثم توقفوا ، وأن سبب هذا التوقف يعود وفقا لاستجاباتهم اللفظية الى ضيق الوقت أو المشغولية على حد تعبير بعض المبحوثين ، ولكن يبدو أن السبب الحقيقي وراء هذا التوقف يعود في رأينا - الى ارتفاع أسعار الصحف ، وهو الأمر الذى يكثف عنه أحد المبحوثين ، وهو موظف بالجمعية التمساونية بالقرية ، بقوله : « أنا حبيب ستة جنيه للجرائد كل شهر متين ، هو المرتب فيه كام سنة جنيه ، ما احبيب بهم عيش لأولادى أحسن » .

وقد تبدى انخفاض معدل تعرض المبحوثين للصحف بالقرية مرة أخرى . عندنا علودنا طرح السؤال الآتى عليهم : **يا ترى آخر مرة قرأت فيها الجريدة كانت امتي ؟** فقد ذكر الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقرؤا بقراءة الجرائد ، أن ذلك كان من يومين ثلاثة ، وتفننى الى حد كبير نسبة من أشار الى « اليوم » أو حتى « أمس » ، وحضرا ، بلغ عدد هؤلاء « ٢٠ » مبحوثا من أجمالى (١١٠) مبحوثا أقرؤا بقراءتهم للجرائد ، الأمر الذى يؤكد مرة أخرى انخفاض معدلات الانتظام اليومي في قراءة الجرائد لدى القرويين على اختلاف فئاتهم المهنية .

وقد حرص الجانب الأكبر من المبحوثين ، ممن يقرأون الصحف ، في حديثهم معنا حول عدد الجرائد التي يقرأونها ويصدر الحصول عليها ، على تأكيدهم أنهم يقرأون أكثر من جريدة واحدة ، وأنهم يشتررون هذه الجرائد وهو اقرار ينبغى أن يأخذ بشيء من التحفظ في إطار محاولة البعض وبالذات فئات الموظفين والمهنيين والطلبة المظهر أمامنا بمظهر المتعلم الذى يقرأ أكثر من جريدة والمقارن على شرائها ، وليس العجز عن هذا الشراء ، على ضوء نزعة المظهرية أوجب المجازاة ، التى توجه حديث هؤلاء الأفراد باعتبارهم من مثلى القرية ، وهو أمر يناقض تماما مع المعطيات الواقعية وبيانات الملاحظة الميدانية ، التى تكشف أن جانبيا كبيرا من الأفراد ، وبالذات جماعة

المفلاحين والعمال والموظفين وبالتحديد من متوسطى وكبار السن من أعضاء هذه المهنة ، تقرأ جريدة واحدة ، ومن خلال الاستمارة من الآخرين .

وبصرف النظر عدد الجرائد التي يقرأها المبحوثون ، أو مصدر الحصول عليها ، فإن الأمر الأكثر أهمية يتعلق بالوقت المستغرق عادة في قراءة الجريدة ، ويظهر الحوار في هذا الجانب ، أن وقت الفراغ المتاح وليس طبيعة المضامين المثارة ، هو العنصر الحاسم في تحديد مدة تعرض الفرد للجريدة ، وهو أمر يتفق مع الصورة الذهنية التي توجه تعامل القرويين مع الصحف ، على النحو الذى اشرنا اليه من قبل ، فالمسألة ما هى الا مسألة تسليية وقضاء وقت الفراغ والامسام ببعض القرارات التي تتخذها الحكومة فاذا ضاق وقت الفراغ قلت مدة القراءة أو حتى أهملت الصحيفة تماماً . وعلى ضوء هذه الحقيقة ، أقر الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٥٥٪) أن الوقت المستغرق في قراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتاح للفرد « حسب الظروف ولم تتجاوز نسبة من أقر بقراءته للجريدة لمدة ساعة أو أكثر عن (٢٠٪) وأشار بقية أفراد العينة (٢٥٪) الى معدلات منخفضة للوقت المستغرق في القراءة ، يتراوح بين خمس دقائق ونصف ساعة وهى معدلات لا تكفى الا للالمام السريع بموضوعات الجريدة دون تدقيق أو تمحيص .

وتكتشف الملاحظات الميدانية ، أن للاختلافات الاجتماعية والمهنية بين الأفراد علاقة مباشرة بالوقت المستغرق في قراءة الجريدة ، فالذكور أكثر تفوقاً من الإناث في الوقت المستغرق في قراءة الجريدة ، كما أن جماعة الشيوخ (٦٠ سنة فأكثر) أقل تعرضاً من حيث الوقت المستغرق في قراءة الصحيفة من الشباب ومتوسطى العمر ، رغم توافر الوقت لديهم نتيجة لضعف حاسة الإبصار لديهم ، كذلك ، فإن جماعة الموظفين والمهنيين والمحرفين على الترتيب تعتبر نسبياً من أكثر الفئات المهنية استغراقاً في قراءة الصحف بالمقارنة بفئات أخرى مثل العمال والمفلاحين والطلبة والتجار .

وأياً كانت هذه الاختلافات ، فإن المراقبة المتعمقة لمسلك القراء على اختلاف انتماءاتهم الاجتماعية والمهنية في التعامل مع الصحف يؤكد تدنى الوقت المستغرق بصفا عامة في قراءة الصحف ، حيث عادة ما يقوم الفرد بتصفح مربع للعناوين الرئيسية لصفحات الجريدة أو انتقاء مضامين معينة دون سواها يثقب عليها هنا ، الصفحات الرياضية ، والحوادث ، والأخبار الداخلية وفقاً للاهتمامات المختلفة .

وينظر الجانب الأكبر من المبحوثين في استجاباتهم عن تساؤلنا يا ترى أنت مغمسود تقرأ جريدة معينة بالذات ولا أى جريدة ؟

ميلا واضحا لتأكيد ارتباطهم بجريدة معينة ، وتؤكد لدينا هذا الميل بمراقبة مسلك القراء في تعاملهم مع موزع الجرائد بالقرية ، حيث يفضل الأفراد شراء جريدة بعينها ، ويبدو ان هذا التفضيل يعود في المقام الاول الى عامل تعود : بصرف النظر عن أية اعتبارات أخرى قد تتعلق مثلا بالمصادقية ، أو نوعية كتاب الجريدة ومواقفهم ، أو المضمون أو الإخراج ... الخ . وكل من اللافت بالنظر أن يتجه بعض المبحوثين من جماعة الحرفيين الى تأكيد ارتباطهم بجريدة معينة بسبب ميولها الرياضية .

ويبدو ان مركز المجلات الاسبوعية في القرية ضعيف الى اقصى حد لدرجة ان ورود هذه المجلات الى موزع الصحف بالقرية يقتصر على الاتفاق المسبق مع الموزع على احضارها وتحدد أسلما في مجلة الاذاعة والتلفزيون ، يبدو بسبب البرامج التعليمية التي تنشرها هذه المجلة ، وآخر ساعة ، والاهلى الرياضي وقد برر العديد من المبحوثين أسباب عدم اقتبالهم على قراءة المجلات لعوامل تعود الى ارتفاع أسعارها وعدم وجود وقت لديهم واكتفائهم بقراءة الجرائد افضل .

وقد اظهر عدد قليل من المبحوثين بين جماعة الفلاحين والمهنيين والحرفيين وبلفئات النساء منهم ، عجزا واضحا في القدرة على حصر اسماء بعض الجرائد الحزبية الموجودة في السوق ، وقد تزايد هذا العجز بين الفئات المهنية الأخرى حينما طلب منهم تحديد يوم صدور كل جريدة حزبية ، ولم تصالف حالة واحدة بين جماعة المبحوثين عاى اختلافهم استطاعت حصر جميع الصحف الحزبية ويوم صدور كل منها مما يشير الى ضعف مركز هذه الجرائد أيضا في مجتمع القرية ، ومع ذلك يمكن القول ان اسماء جرائد الوفد والشعب والاهلى على الترتيب معروفة لدى نسبة غير قليلة تصل الى (٦٠٪) من جماعة المبحوثين القادرين على القراءة في عينة البحث .

بيد ان اللافت للنظر ، هو ذلك المركز المتصاعد الذي تحتله جريدة الوفد ، وبالذات بعد مسدورها اليومي ، فقد أصبح مركز هذه الجريدة في مجتمع القرية ينافس مركز الصحف القومية مثل الاخبار ، الجمهورية والاهرام ، ذات التاريخ الطويل في مجتمع القرية ، وفي اطار ارتفاع أسعار الصحف ، وانخفاض ظاهرة شراء الفرد لأكثر من جريدة واحدة ، كثيرا ما يقارن الفرد لخطة الشراء بين شراء جريدة الوفد أو الجريدة القومية التي تعود شرائها . وكثيرا ما يميل الى شراء جريدة الوفد في اطار تنوع موضوعاتها بعد ان أصبحت يومية ، وما تحمله من عناوين وانتقادات صارخة لممارسات الحكومة ، وانحرافات بعض المسؤولين ، على النحو الذي يستهوى القرويين ويفضلونه ، ولا تقوم به الصحف اليومية الأخرى ، ويعدم ذلك

انخفاض نسبة مرتجعات جريدة الوفد التي ترد الى موزع الصحف بالقرية حيث يصل حوالى (١٢٠) نسخة يوميا من الجريدة تباع جميعها يومى الاحد والخميس (حيث يعقد سوق القرية) ولا يتجاوز حجم المرتجعات فى بقية ايام الاسبوع عدد يتراوح بين ٢٠ - ٢٥ نسخة ، وكذلك اختلاف هذه الجريدة فى الساعات الاولى من الصباح عند ورودها الى القرية لدى حدوث أزمة او احداث هامة كغير الوزارة ، او وقوع حادثة اغتيال او اطلاق نار او حريق ضخيم مثل الحريق الذى وقع بهبى للتليفزيون او فندق شيرتون المطار مؤخرا . فى هذه الاحوال يرتفع مركز الصحف الحزبية ، ويزداد اقبال الامراء عليها بحثا عن اية معلومات تؤيد الاشاعات التى تنقلها مصادر الاتصال الشخصى لمثل هذه الاحداث ، او ما يخالف الرواية الرسمية التى تنقلها اجهزة الاعلام الحكومية ، ويظل الامر هكذا متى ظل الحدث ساخنا ثم ما تلبث الامور فى العودة الى سريتها الطبيعية حيث يضاف مركز الصحف الحزبية ، ويمود مركز الصحف القومية الى وضعه الطبيعى واعتاد باعتبارها الصحف الاكثر رواجاً ونشراً .

وقد اتجه الصوار مع الباحثين للتعرف على نوعية المضامين المغفلة لديهم فى الجرائد التى يقرأونها ، وتحدد السؤال على النحو التالى :

يا ترى ايه الموضوعات اللى بتجيب تقرأها دايمًا فى الجريدة اللى بتقرأها ؟

وتكشف استجابات الباحثين اللفظية على هذا التساؤل عن رواج ترديد الموضوعات التالية : الرياضة ، والاخبار الداخلية والخارجية ، والحوادث وجنول برامج الاذاعة والتليفزيون ، والوفيات ، ذلك لدى كافة الفئات المهنية والاجتماعية دون تباينات الامر الذى يعيد تأكيد ما سبق ان اشرنا اليه من قلة الوقت المستغرق فى قراءة الجريدة ونهاى نظرة التسلية الى الجرائد لدى القرويين عوضا عن النظرة القنطرية المعروفة لديهم عن الصحف باعتبارها اداة للتثقيف ومعرفة اخبار الدنيا واحوال الحكومة . ويبدو ان لروتينية الاخبار التى تنشرها الصحف وركود الاحداث فى المجتمع بمسألة عامة ، وانصراف جل مضمون الصحف عن مناقشة قضايا ومشاكل القرية المصرية له علاقة بهذا المتغير فى نظرة القرويين الى الصحف واسلوب تعاملهم معها .

وقد علوينا التكدس من صفحة هذبة الحقائق مرة اخرى ، عندما جرى طرح السؤال الاثنى على الباحثين من القراء ، **طلب اول بمنسك الجريدة تعود تقرأ فيها ايه بسرعة وبغيتين ايه بالتفصيل ؟** وهنا عاود الباحثين على اختلافهم ، الحديث عن قراءة للعناوين (المناشطات) بسرعة ثم قراءة اخبر الرياضة والجريمة بالتفصيل واللائمة للنظر هنا غياب اية اشارة الى المقالات الامتحانية او السياسية وكتساب الاعادة الفاسدة ،

ما يشير الى نغنى المهمة الثقافية او التوجيهية للصحف في القرية المصرية .

ومع ذلك ، يبدو ان الصحف كاداة اتصالية قد استقرت كظاهرة اجتماعية في حياة القرويين ، وقد تبدى ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : **هل التماس في البسلة ممكن ان تستغنى عن الجرائد ؟** حيث مالت النسبة الغالبة من جماعة القراء وبالذات فئات الموظفين والمهنيين وبعض الحرفيين الى النفى وتأكيد أهمية وجود الجرائد وعدم القدرة على الاستغناء عنها . ويبدو أن سبب تمسك هؤلاء الأفراد بالصحف رغم فقدان مصداقيتها وتراجع مركزها الاتصالي بالمقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى يعود الى استفادة بعض الجماعات بالقرية من الصحف في تدعيم قدراتها الاتصالية ، وخلق موضوعات للحوار مع الآخرين (١) . ولذا نورد أهم الآخرين بظهر « العارف » و « المثقف » الذى بقرا الجرائد ويحلها معه فضلا عن المهام الأخرى التى تقوم بها الصحف في مجال الاعلان عن فرص العمل فى الداخل والخارج خصوصا مع تزايد البطالة ، وفى المسلية وتضييع الوقت وعرفة مجريات الأمور فى الدولة بصفة عامة حتى من قبيل الفرجة والاسام بالشئ بصرف النظر عن مدى صدقه او جديته .

٤ - أثرية التسجيل :

بدا دهور أجهزة التسجيل فى القرية المصرية بصورة ملحوظة منذ النصف الثانى من حقبتى السبعينيات مع تدهل نطق ظاهرة الهجرة المؤقتة للقرويين للعمل بالدول العربية المجاورة بالذات الى ليبيا والعراق والأردن وغيرها . حدث كان يحرص البعض وبالذات جماعة الفلاحين والحرفيين على شراء جهاز تسجيل عند عودة كل منهم من الخارج ، وقد تزايد انتشار هذه الأجهزة ورواجها بعد ذلك فى القرية المصرية بعد اتساع نطاق ظاهرة الهجرة والانفصاح والرواج الملائى بالقرية حتى أصبحت اليوم احد معالم مكنونات نمية الاتصال المهمة بالقرية المصرية .

وقد اقر الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٧٥٥٪) من اجمالى افراد

(١) تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة هنا ان الصحف تلعب بالذات الدور الاساسى فى تغذية انماط الاتصال الشخصى بالمعلومات ، حيث كثيرا ما يستعين الأفراد من جماعة قراء الصحف فى ابداء وجهة نظرهم فى القضايا والمشكلات المختلفة بها قد تطرحه الصحف من مواقف وتصورات بصرف النظر عن مدى اقتناع الأفراد بها ، وهو الأمر الذى ينبغى أن يأخذ فى الحسبان عند مناقشة تأثير أدوات الاتصال وتحديد مركزه وفاعلية كل أداة فى التلالم الاتصالى بالقرية .

العينة البالغ عددهم (٢٠٠) مبحثاً بحيازتهم لأجهزة التسجيل ومع ذلك ، فإن نسبة التعود أو الانتظام في سماع شرائط هذه الأجهزة تبدو منخفضة نسبياً بالنظر الى حداثة هذه الأجهزة من جهة ، والارتفاع النسبى في نفقات تشغيلها بسبب ارتفاع أسعار الشرائط من جهة أخرى ، ويكشف الجدول التالي عن هذه الحقيقة :

جدول رقم (٩)
(درجة تعود القرويين على سماع شرائط التسجيل)

المعد	العدد	درجة التعود
٢٥	٧٠	دائماً
٦٠	١٢٠	أحياناً
٥	١٠	لا يسمعها
٢٠٠	١٠٠	المجموع

ويكشف البيانات أن (٣٥٪) فقط من أجمالى المبحوثين اقر بتعوده على سماع شرائط التسجيل بانتظام . في حين أن النسبة الغالبة (٦٠٪) أوضحت أنها تستمع الى هذه الشرائط بصورة غير منتظمة أو أحياناً . ولم تتجاوز نسبة من لا يستمع الى هذه الشرائط على الإطلاق (٥٪) من أجمالى المبحوثين وقد أرجعوا ذلك الى أسباب تعود الى عدم حيازة جهاز تسجيل أو عدم التعود ... الخ .

وكان من الطبيعى أن نعاود التثبت من معدلات تعرض المبحوثين لأجهزة التسجيل إزاء اقرار الغالبية (٦٠٪) باستماعها الى هذه الأجهزة بصورة غير منتظمة « أحياناً » على النحو السابق ، ولذا طرحنا عليهم التساؤل لى : يا ترى آخر مرة استمعت فيها لشرائط التسجيل كانت امثى ؟ وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل عن انخفاض معدلات التعرض اليومي أو المنتظم لأجهزة التسجيل ، فقد اختفت تماماً نسبة من أشار الى « اليوم » أى يوم اجراء الحوار ذاته ، ولم تتجاوز نسبة من أشار الى « امسرح » (٢٥٪) من أجمالى المبحوثين ، واطهرت بقية الاستجابات مدة زمنية أطول تراوحت بين « من يومين ثلاثة » « وأسبوع » وأكثر من أسبوع و « شهر » مما يؤكد انخفاض معدلات التعرض اليومي أو المنتظم لأجهزة التسجيل .

وتكشف المشاهدات الواقعية لمسلك القرويين في التعامل مع أجهزة

التسجيل أن للتمايزات الاجتماعية والمهنية علاقة مباشرة بمعدلات التعرض المنتظم لهذه الوسيلة الاتصالية فالتشباب أكثر انتظاما في التعرض لأجهزة التسجيل من متوسطى وكبار السن ، كما أن النساء وبالذات ربات البيوت أكثر من الرجال انقبالا على سماع أجهزة التسجيل كذلك ، فإن جماعة الحرفيين والعمال والتجار تعد من أكثر الفئات المهينة انتظاما في سماع أجهزة التسجيل وهكذا .

وفي محاولة للتعرف على مدى ارتباط القرويين بأجهزة التسجيل أو حاجتهم إليها ، توجهنا إلى المبحوثين بالسؤال الآتى : **لو قمعت فترة طويلة ما تسمعون فيها لأشراط التسجيل ياترى تشعرون بحاجة ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين للفتية على هذا التساؤل :

جدول رقم (١٠)

« نتائج عدم استماع القرويين لأجهزة التسجيل مدة طويلة »

النسبة	العدد	%
أشعر بهلل	٦٠	٣٠
ولا حاجة عاى	١٤٠	٧٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

وتوضح بيانات الجدول أن نسبة لم تتجاوز (٣٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين ، هى التى أكدت شدة ارتباطها بأجهزة التسجيل ولذلك فهى تشعرون «بهلل» فى حالة انقطاعها عن سماع هذه الأجهزة لفترة طويلة ، وهو أمر يؤكد من ناحية دقة البيانات السابقة التى أشرنا إليها من قبل حول انخفاض معدلات التعرض المنتظم لأجهزة التسجيل فى القرية ، ومن ناحية أخرى إلى الدور الترفيهى الذى تلعبه هذه الأجهزة فى حياة القرويين من ناحية أخرى ، فى حين أوضحت الغالبية العظمى (٧٠٪) من اجمالى المبحوثين أن عدم استماعها إلى أجهزة التسجيل مدة طويلة لا يعنى شيئا « ولا حاجة عاى » . ذلك أن أجهزة التسجيل ترتبط فى أذهان هؤلاء الأفراد بآنها أداة للترفيه والمتعة وسماع الاغانى والمواويل وتمسائد المنيح والقرآن الكريم ، ولذا كان الفرد منهم يستطيع الاستماع إلى بعض هذه الأشياء من وسائل أخرى كالراديو مثلا أو أن هذه المضامين لا تلبى لهم حاجة فعلية فى إطار اهتمامهم فى تدبير قوت يومهم ، فإن عدم الاستماع إلى أجهزة التسجيل

لا يجعل الفرد منهم يشمر بان شيئاً ينقصه وهو المعنى الذى عبر عنه بعض الباحثين بقولهم « حد غايق يا أستاذ المسجلات » .

والاستماع الى شرائط التسجيل نشاط يمارسه الفرد فى أماكن متعددة يأتى على رأسها البيوت ، وذلك بسبب يعود الى ارتفاع معدلات حيازة الأفراد لأجهزة التسجيل ويلى ذلك ، محلات البقالة والحياكة ، والمقهى التى عادة ما يترك أصحابها أجهزة التسجيل تعمل بها طوال اليوم وبصوت مرتفع نسبياً ، ثم فى المواصلات ووسائل النقل حيث يحرص السائقون على تركيب جهاز تسجيل فى المركبة التى يعملون عليها مع حيازة كمية كثيرة ومتنوعة من الشرائط « لزوم التسلية فى الطريق » على حد وصف أحد الباحثين وأخيراً لدى الجيران .

وقد اتجه الحوار مع الباحثين بعد ذلك للتعرف على نوعية الشرائط المفضلة لديهم ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى ، **تقدر تقولى أسماء الشرائط التى تفضل دائماً تسميها ؟** ووفقاً لاستجابات الباحثين على هذا السؤال ، تأتى شرائط الأغانى فى المرتبة الأولى « أم كلثوم ، محمد عبد الوهاب عبد الحليم حافظ ، نجاة - فايزة على الترتيب » ويلى ذلك فى المرتبة التالية الشرائط الدينية ويأتى على رأسها شرائط القرآن الكريم وبالأذات شرائط الشيخ الطبرلاوى ، وعبد الباسط ، وشرائط الشيخ كشك ، والمديح النبوى ، وفى المرتبة الثالثة تأتى شرائط الماويل الشعبية التى تحكى قصص وحكايات شعبية بأسلوب انشادى واللافت للنظر هنا أن بعض الباحثين وبالأذات جماعة الحرفيين قد تحاشوا إيماناً ترديد أسماء شرائط مثل «دوبة ، وحسن الأسمر ، وعبد الحمدة ، وعلى حميدة « لولاكى » وهى نوعية من الشرائط تتميز بالميوعة والخلاعة ، رغم كثرة وتكرار استخدامها بطريقة يلمسها بوضوح أى متجول فى شوارع القرية ، الأمر الذى يشمر الى الدور البالغ الذى أصبحت تلعبه هذه الشرائط فى الثقافة المحلية وأهمية اجراء تحليل لمضمونها .

٥ - الفيديو :

بدأ الفيديو يظهر بصورة ملحوظة فى القرية المصرية فى أواخر السبعينيات ومطلع الثمانينيات ، وقد اقتصر ظهوره فى البداية على عدد محدود من المقاهى التى سمعت الى زيادة عدد روادها الذى انخفض بشكل ملحوظ نتيجة انتشار أجهزة التلفزيون فى البيوت وذلك من خلال عرض الافلام وبالأذات تلك المتعلقة بالعنف والجنس التى تستهوى جماعة الشباب وخصوصاً فئات الحريميين والمطلبة ، ثم اخذت هذه الأجهزة فى الانتشار خلال حقبة الثمانينيات فبجّة لعمليات الهجرة والانتقال التى بدأت آثارها تظهر بوضوح

في القرية المصرية خلال هذه الحقبة واصبح حيازة جهاز الفيديو مظهر من مظاهر المكانة والتفاخر بالقرية .

وتوضح بيانات الحصر الشامل لعدد حائزي جهاز الفيديو بقرية «طاي» عن وجود ما يقرب من (٣٠) جهاز فيديو بالقرية يمتلكها الافراد ، نلاحظ ان غالبيتهم من جماعة الموظفين والمهنيين والحرثيين الذين عملوا بالخارج . بيد ان أثر هذه الاجهزة لا يتحدد فقط في عدد حائزيها او حتى اسرهم ولكن يمتد ليشمل قطاع اوسع حيث عادة ما تلخذ المشاهدة هنا طابعا جماعيا ، حيث يتم دعوة الاقارب والاصدقاء والجيران للمشاهدة الجماعية للفيلم ، بل ان الملاحظة الجديرة بالاشارة هنا : هو ان بعض حائزي هذه الاجهزة لديهم جهاز للارسال « هوائى » يتيح نقل الفيلم المعروض بالفيديو الى اجهزة الاستقبال التلفزيونى في البيوت الاخرى المجاورة وفي دائرة غير قليلة من المنطقة الواقع فيها جهاز الفيديو المرسل وبهذه الطريقة يمكن حل مشكلة اسعار شرائط الفيديو حيث كثيرا ما يتم الاتفاق بين اهل المنطقة على الاشتراك في دفع نفقات شراء شرائط الفيديو الجديدة مقابل استمتاعهم بالمشاهدة وهم جلوس في بيوتهم ، ويتولى ادارة هذه العملية وجمع الاشتراكات صاحب جهاز الفيديو المرسل ويحقق من وراء هذه العملية عائدا ماليا مريحا .

وقد ارتبطت الصورة الذهنية لدى القرويين بالفيديو بالطريقة التى تم بها ادخال الفيديو الى القرية وبالذات طريقة استخدامه في المقاهى حيث كان يكثر عرض افلام العنف والجنس ومن هنا ينظر الكثير من القرويين الى الفيديو على انه جهاز « للفرفشة » « والمتعة » ويتبين ذلك بوضوح في خرج البعض وبالذات النساء عند الحديث معهم حول مدى حيازتهم لجهاز الفيديو « يا عم الفيديو ده كلام غاضى » « هو احنا بتقوع فيديو برده » ، « حد رابق للفيديو » « الفيديو له ناسسه » « النسوان عينها بقت جامدة وبتحب تنفرج على الفيديو » « والله الفيديو ده حرام » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن مدى النظرة الترويحوية والخارجية لدى القرويين عن الفيديو .

ويظهر الحوار مع الباحثين من افراد المعينة حول مدى تعودهم على مشاهدة الفيديو عن انخفاض نسبى في معدلات التعود على مشاهدة الفيديو بين القرويين ويكشف الجدول التالي عن هذه الحقيقة .

جدول رقم (١١)
« درجة معمود القرويين على مشاهدة الفيديو »

درجة التعمود	العدد	%
دائمًا	١٠	٥
أحيانًا	٧٠	٣٥
لا	١٢٠	٦٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

وتشير بيانات الجدول أن (٥٪) فقط من اجمالى الباحثين هي التي تشاهد الفيديو بصورة دائمة ومتعمقة ، وأن (٣٥ ٪) تشاهد الفيديو من حين لآخر أو « حسب وقت الفراغ والظروف » في حين أن (٦٠٪) من اجمالى افراد العينة قررت بأنها لا تشاهد الفيديو . بيد أن اللاتك للنظر عند تعميق الحوار مع هؤلاء الأفراد حول أسباب عدم مشاهدتهم للفيديو هو ميل الجانب الأكبر منهم الى الحديث عن ضيق الوقت وعدم الفراغ ، بما يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا ما توافر هذا الوقت ، رغم حديث بعضهم السابق حو لبحرهم وابتذال الفيديو ورواده ، مما يكشف عن ازدواجية واحدة في موقف هؤلاء ازاء الفيديو ، وهى الازدواجية التى يبدو انها تسيطر على سلوك وتصرفات القرويين في الكثير من مناحى الحياة في الوقت الراهن .

وقد انجبه الحوار مع جماعة الباحثين الذين اقرؤا بمشاهدتهم للفيديو والبالغ عددهم (٨٠) مبحثاً للتثبت من معدلات تعرضهم للفيديو ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى آخر مرة تفرجت فيها على الفيديو كانت امتي ؟** حيث مالت النسبة الغالبة من هؤلاء الباحثين الى ترديد عبارات من قبيل « من يومين ثلاثة » « من عشرة أيام » ، « من شهر » « من ثاكر والله » ، ولم تظهر بين استجابات الباحثين من اشارة الى « اليوم » أو « امس » ، الامر الذى يشير الى انخفاض معدلات التعمود على مشاهدة الفيديو وارتباط هذه المشاهدة بتوافر اشربة الفيديو من ناحية والوقت المتاح للفرد من ناحية أخرى .

ومشاهدة الفيديو نشاط اصبح يمارسه القرويون في اماكن متعددة في البيت ، ولدى الاصدقاء والجمعان وفي المقهى ومع ان المشاهدة تتم في اطار جمعى كما اشرنا من قبل الا ان الجميع يجلسون ، وايديهم لا تخلو من

اكياس اللب والسودانى « لزوم القعدة والتسلية » وعيونهم مشدودة الى شاشة التليفزيون ، حيث لا تتم مناقشة مضمون الوقائع واهداث المشاهدة بينهم باستثناء بعض الضحكات والفكات التى تظهر بين الحين والاخر من معض الجلوس وبالذات الرجال حول بعض المشاهد الخارجة وبالذات تلك المرتبطة منها بالعلاقة بين المرأة والرجل .

وقد اظهر المبحوثون قدرة واضحة على تذكر وقائع آخر الافلام التى شاهدها على الفيديو ، حينما وجهنا اليهم السؤال الآتى : **تقدر تقوللى آخر مرة تفرجت فيها على الفيديو كانت بتتكلم عن ايه ؟ ومع ذلك فقد تدنت هذه القدرة الى حد كبير حينما طلب منهم تذكر اسماء هذه الافلام او مشيها .** واكتفى المبحوث برواية ملخص للقصة مما يشير الى ارتفاع درجة انتباه المبحوثين وحرصهم الشديد على متابعة وقائع ما يشاهدونه من افلام وتأثير ذلك على تصوراتهم ورؤيتهم للعالم المحيط بهم ومن ثم على تصرفاتهم فى مجرى الحياة اليومية .

كما اظهر المبحوثون ميلا واضحا لتفضيل الافلام الهندية عندما طرح عليهم السؤال الآتى : **يا ترى ايه الذى بتحب تفرج عليه فى الفيديو أكثر ؟ ويكتفى الجدول التالى من هذه الحقيقة .**

جدول رقم (١٢)
« تفضيل القرويين لافلام الفيديو »

نوع التفضيل	المعد	%
افلام مصرية	٢٠	٢٥ر٠
افلام هندية	٥٥	٦٨ر٧٥
افلام اجنبية	٥	٦ر٢٥
الجموع	٨٠	١٠٠%

وواضح من بيانات الجدول ان الغالبية العظمى من المبحوثين الذين افترقا بمشاهدتهم للفيديو بنسبة (٦٨ر٧٥ %) يفضلون مشاهدة الافلام الهندية ذات الطابع التجارى ، والتى يغلب عليها طابع العنف ، والرقص والاغاني ، وصور البطل الخارق والمعجزة الذى يحارب الظلم ويحاول نصره الحق وغيرها ، وهى امور تستهوى المشاهدين فى اطار الثقافة الشعبية السائدة وضغوط الحياة التى يعيش فى اطارها الجانب الاكبر من

القرويين في حين مالت نسبة لم تتجاوز (٢٥٪) من اجمالي الباحثين المشاهدين للفيديو الى تأكيد تفضيلها لمشاهدة الافلام المصرية ، حيث تحظى افلام « اسماعيل يس » القديمة ، وكذلك افلام « عادل امام » الذى يغلب عليها الطابع الكوميدى بافضلية خاصة على غيرها من الافلام المصرية ، وتدنّت الى حد كبير نسبة تفضيل مشاهدة الافلام الاجنبية ، ولم تتجاوز (٦٥٪) من اجمالي الافلام المفضلة ، وتحدّدت أساسا في سلسلة افلام « جيمس بوند » و « الفك المفترس » و « برسلى » على النحو الوارد في استجابات الباحثين الذين افروا بتفضيل مشاهدتهم للافلام الاجنبية . واما كان الامر ، فان هذه الافلام ، كما هو الحال في شرائط التسجيل في حاجة الى تحليل للمضمون للعرف على نوعية التصويرات والقيم التى تروجها بين القرويين .

٦ - مكبرات الصوت :

يعد مكبر 'الصوت من اعم وابرز مكونات بنية الاتصال بالقرية المصرية، حيث لا يقتصر دوره فقط على مجرد تضخيم الصوت البشرى وتوصيله الى دائرة واسعة لاهالى المنطقة او الجهة التى يعمل فيها ، ولكن ايضا تستخدمه قنوات الاتصال الاخرى بالقرية لنشر وتضخيم مضمونها ليسمعه قطاع واسع من الجمهور كان سببهم من هذا المضمون بدون مكبر الصوت. فكثيرا ما يرتكز جهاز التسجيل على مكبر الصوت لينقل المضمون الى قطاع واسع من البيوت دون مشقة او جهد او حاجة الى امتلاك جهاز التسجيل ، كما يحدث هذا مع جهاز الراديو وبالأذات في نقل شعائر الصلاة أو رفع الأذان أو الأغاني من الراديو ... الخ . كما تستخدمه قنصوات الاتصال الشخصى الرسمية وغير الرسمية في توصيل ما تريد الى الجمهور الواسع في سهولة ويسر ، باختصار ، يعد مكبر الصوت بمشابهة اذاعة محلية داخلية لها دورها في نقل وترويج المعلومات والأخبار داخل القرية .

وقد اقتصر استخدام مكبر الصوت منذ بداية عهده بالقرية المصرية ، على احياء مناسبات «الوفاة» «المعزة» والموالد «ليالى المشايخ» والاعراح التى تحيها كبار 'العائلات في القرية بمناسبة الزواج او الميلاد وغيرها حيث يتولى احد الأفراد المتعهدين بتجهيز مكان احياء المناسبة بالتوصيلات الكهربائية وبماكينات توليد الكهرباء ولبست النيون ، ومكبرات الصوت التى تقام على أسطح المنازل المجاورة لمكان المناسبة ، وذلك في مقابل اجر متفق عليه .

وفي قرية «تطاي» تولت احدى الاسر وهى أسرة «سليمان الباجورى» منذ اواخر 'الخمسينيات ادارة هذه العملية حيث يوافر لديها عسدد «٢» مكبر

صوت بمشغلاتها « الهورن + الميكروفون » وماكنة توليد الكهرباء فضلا عن متطلبات احياء المناسبة الاخرى وحاليا ، تعلن هذه الاسرة في مقدمة كل حفل عن شركة « اولاد سليمان الباجورى لمكبرات الصوت » ، حيث أصبحت تمتلك عدد (٤) مكبر صوت و (٣) ماكينة توليد الكهرباء تستخدم في احياء المناسبات المختلفة سواء بالقرية أو القرى والمعرب المجاورة ، ومنذ مطلع الثمانينيات تزايد انتشار اجهزة مكبرات الصوت حيث اتجهت بعض المساجد لشراء هذه الاجهزة وأصبحت واحدة من أهم محفويات المسجد ، ويبلغ عدد المساجد التى أدخل فيها مكبر الصوت بالقرية ثلاثة مساجد .

وتستخدم مكبرات الصوت الموجودة بالمساجد الثلاثة وبالذات مكبر الصوت الموجود بالجامع الكبير (وهو أكبر مسجد بالقرية ويقع في وسطها تماما) بالانسانفة الى رفع الأذان في مواقيتها ، ونقل شعائر الصلاة وبالذات خطبة الجمعة في اذاعة الاخبار والاحداث الهامة التى تقع في البلد ، مثل الاعلان عن وفاة أحد الأشخاص ، وموعد تشييع الجنازة ، أو غياب أحد الأطفال أو فقدان بعض الاشياء كالنقود أو المواشى .. الخ . وفي الحالة الأخيرة بالذات يضطر المعلن الى دفع بعض النقود الى عامل المسجد نظير فتح الميكروفون له ، كما تستخدمها الجهات المسئولة بالقرية مثل ادارة الكهرباء أو الجمعية التعاونية الزراعية أو مسئول بنك القرية ، أو دوار العمدة والداخلية أو الوحدة الصحية ومسئول الحزب الوطنى .. الخ في اذاعة التعليمات والتصالح والارشادات التى تريد توصيلها الى اهالى البلد . واللافت للنظر ، انه فور منح الميكروفون والتمهيد للاذاعة من خلال مكبر الصوت (يا ناس يا اهالى البلد ..) فان جميع الافراد من مختلف الفئات يتوقفون عن العمل أو يخفضون من أصوات أجهزته الاتصال الاخرى توقعا منهم لسماع احداث هامة تنصل مباشرة بامور حياتهم المعيشية ، مما يشير الى الدور الهام الذى أصبحت تلعبه مكبرات الصوت كحد اعمدة مكونات بناء الاتصال في القرية التى يمكن استخدامها بكفاءة في احداث التغير بالقرية المصرية .

وينضج الدور البالغ الذى يلعبه مكبر الصوت في القرية يوم الجمعة أثناء نقل شعائر الصلاة وبالذات خطبة الجمعة حيث يمكن لقطاع كبير من اهالى القرية خصوصاً النساء ، وبعض الافراد الذين تحول ظروفهم من التوجه لاداء الصلاة بالمسجد من سماع الخطبة ومتابعتها عن بعد مما يحقق لهذه الفئات اشباعاً نفسياً ودينياً كبيراً .

وقد راجحت في الاونة الأخيرة في القرية انتشار اجهزة مكبرات الصوت البدوية الصنيرة التى تعمل بالبطارية (الحجارة) لدى بعض التجار والباعة الجائلين الذين يستخدمون هذه الاجهزة في الاعلان عن بضاعتهم وتوجيه الانتباه اليهم خلال عمليات البيع والشراء في سوق القرية أو حتى التجول في شوارع

القرية بواسطة احدى العربيات للاعلان عن بيع الأمتعة أو الفراخ أو شراء الحردة .

وتد انجبت في حوارى مع المبحوثين من أفراد المعينة للوقوف على وجهة نظرهم في قضية استخدام مكبرات الصوت في المساجد وطرحت عليهم السؤال الآنى : **ياقزى انت مع اباحة أو تحريم استخدام مكبرات الصوت في المسجد ؟** وهى القضية التى طرحت على صفحات الجرائد فى الاونة الاخيرة والتى انقسمت بشأنها الآراء بين مؤيد لهذا الاستخدام ومعارض له بسبب الازعاج الذى تسببه وتداخل اصواتها نتيجة لكثرتها . وكان اللافت للنظر فى استجابات الجانب الأكبر من المبحوثين اللفظية هو رد الفعل الفورى الذى يمتزج بالا، نهجان والاستغراب من طرح مثل هذا التساؤل (دى حاجة بتاع ربنة ، ليه هو الاذان حرام ، حرام ليه دى حاجة فى الخير ، المؤمن له قد صوته فى الجنة ، دا تشكيك فى الدين . يا عم بلاش الكلام ده) الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تأكيد واضح من جانب القرويين لاستخدام مكبرات الصوت فى المساجد ، وعمق نظرهم الدينية الى هذا الموضوع ، وعدم استعدادهم لتتهم او مناقشة أية دعاوى قد تثار حول الازعاج والمشوشة وغيرها من الدعاوى التى يقدمها انصار تحريم استخدام هذه المكبرات فى المساجد

ومع ذلك ، فقد اظهر بعض المبحوثين (١٥ ٪) عدم رضائهم عن استخدام مكبرات الصوت فى المساجد فى غير الأغراض الدينية بالقرية ، وهى قضية ما زالت موضع خلاف . حيث كثيرا ما يصدر امام المسجد تعليماته الى عمال المسجد بعدم تشغيل الميكروفون فى غير مواقيت الصلاة ولأغراضها باستثناء الاعلان عن حالات الوفاة ، ثم يعود فيترجع مع عمال المسجد تحت ضغط اصحاب السلطة والنفوذ من اهل المصلحة لاستخدام ميكروفون المسجد فى غير الأغراض الدينية .

٧ - التليفون :

اقتصر تواجد التليفون فى قرية البحث خلال حقبة الخمسينيات على دوار العمدة ، وهو التليفون الوحيد الذى كان يتم من خلاله تلقى التعليمات التى يراد ابلاغها الى الأهالى سواء من مركز السنطة أو من الجهات الحكومية الأخرى أو حينما يراد ابلاغ مركز السنطة الذى تتبعه القرية بما يقع من حوادث وغيرها . وخلال حقبة الستينيات ارتفع تواجد التليفون بالقرية ليصل عددها خمسة خطوط حينها اتجهت بعض العائلات وبالأذات كبار التجار وأصحاب عربات النقل الثقيل لادخال التليفون لمراقبة اسعار السلع وأخبار العربات .

وفى مطلع الثمانينيات ، انشئ سنترال بقرية الجعفرية الملاصقة لقرية « تطاى » . وفى عام ١٩٨٥ ، أعلن عن فتح باب التقديم لتركيبة خطوط تليفون

بالنازل للأفراد . ومع أن الغالبية العظمى من الأفراد لم تكن في حاجة الى مثل هذه الوسيلة الاتصالية الا ان سماعهم عن أزمة التليفون المستحكة في القاهرة والمدن المجاورة ، وحث زويهم المتبين بهذه المدن لتרכيب التليفون حتى يمكن نقله بعد ذلك الى مناطق اقامتهم بالمدن ، دفع الكثير من الأفراد الى تقديم طلبات تרכيب التليفون مقابل دفع مقدم الطلب البالغ انذاك خمسون جنيها . وفي مطلع عام ١٩٨٧ ، بدأت هيئة التليفون في تרכيب الدفعة الاولى من الطلبات والتي بلغت خمسون خطا بالقرية ونلى ذلك المرحلة الثانية حيث بلغ عدد خطوط التليفون بالقرية (٣٢٠) خطا حتى فبراير ١٩٩٠

ويستطيع اصحاب هذه التليفونات الاتصال ببعضهم البعض داخل القرية مباشرة أو بمرکز السنطة الذى تتبعه القرية ، اما بقية المدن الأخرى مثل مدينة طنطا أو القاهرة ، فان الأمر يتطلب الاتصال بالسنترال وطلب الرقم المرغوب ، ويعبر الكثير من الأفراد عن استعذابهم للاشتراك في الترتك فور احضاله في سنترال القرية حتى يمكنهم الاتصال المباشر بالجهات المختلفة رغم عدم وجود حاجة ملحة واساسية تدفعهم الى ذلك .

وتقتصر أرقام تليفون القرية على (ثلاثة) أرقام تبدأ بالرقم (٣) ولا يوجد لدى الجانب الأكبر من الأفراد أية دليل بأرقام تليفونات الآخرين بالقرية، باستثناء عدد محدود من الأفراد وبالذات جماعة الموظفين ، الذين حرصوا على التوجه الى السنترال ونقلوا بأيديهم أرقام تليفونات من يرغبون في الاتصال بهم من أهل القرية أو مدينة السنطة ، مما يشير الى انعدام فاعلية هذه التليفونات في تداول المعلومات بين الأفراد بعضهم البعض في القرية . وباستثناء بعض الاتصالات المحدودة التى تقع بين الحين والآخر ، من الأقارب المقيمين خارج القرية سواء في المدن المجاورة أو مدينة القاهرة أو العكس فان هذه التليفونات تظل صامتة طوال اليوم واحيانا لأيام طويلة . ومن هنا ينذر ان يقوم احد من اصحاب المايقونات بالقرية ، باستثناء الذين يستخدمون التليفون كثيرا في اتصالاتهم الداخلية والخارجية لتابعة الاسعار ، دفع أية مبالغ مالية اضافية زيادة عن الاشتراك السنوى المعتاد لهيئة التليفونات نتيجة زيادة المكالمات عن حد الاعفاء الذى تقررره الهيئة .

ويبلغ عدد المبحوثين الذين اقرؤا بوجود تليفون لديهم من أعضاء العينة (ستة) افراد وقد دار الحوار معهم حول نواعى حيازتهم لجهاز التليفون ، والمجالات التى يستخدمونه فيها . وقد مال هؤلاء الأفراد وبلا استثناء الى ترديد استجابات مثل : « أهو فاشرة ومنظرة وخلص » ، « ذى ذى غرى » قلنسا « أهم خمسين جنيهه ونبقى من اولاد الذوات » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تدنى حاجة هؤلاء الأفراد الى هذه الوسيلة الاتصالية ، واقتصار رؤيتهم لها باعتبارها وسيلة لاتباع المكاتبة ، والتظاهر ، واستخدام التليفون

في المعاكسات والنكات والايقاع بالآخرين والتي بلغت شكوى واضحة لدى الكثير من الأفراد جائزى التليفون بالقرية .

ثانيا :التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال :

انبحث للمباحث فرصة الاطلاع على كم هائل من الدراسات والبحوث الاعلامية في القرية المصرية بلغ (٨٠) بحثا ودراسة ومن خلال الدراسة التقييمية التي اجراها على هذه البحوث لصالح احدى الهيئات القومية^(١) .
نلهم موقنان : الأول : يؤكد دور أدوات الاتصال الحديثة في نشر المعارف والأخبار في المناطق اريفية ويوضح كيف أدى تزايد تعرض القرويين لهذه الأدوات الى خروجهم من الاستغراق في امور حياتهم اليومية والمحلية وتزايد اهتمامهم بالقضايا والشئون القومية ، وظهر مد قومي واضح بين القرويين وانساع نطاق معارفهم بالمسائل القومية وتزايد تقبلهم للتجديدات والمستحدثات التكنولوجية الواعدة وتغير واضح في اتجاهاتهم نحو العديد من الموضوعات والممارسات التقليدية .

اما الموقف الثقافي : فيشكل في نتائج دراسات انصار الموقف الأول وينتقد بصفة عامة الاتجاه التضيضي في تأكيد تأثير أدوات الاتصال في القرية المصرية . ويشير في ذلك الى اثر الوسط الاجتماعي ، والعوامل الوسيطة الى تعوق تأثير هذه الأدوات ومن بينها الثقافة السائدة ، وقد تبين لدينا من الدراسة المتعمقة خطأ كلا الموقفين في دراسة وقياس التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال ليس فقط بسبب المعالجة المنهجية والاكتفاء في معظم الاحوال بتطبيق استمارة الاستبيان عديمة الفاعلية في القرية المصرية ، ولكن ايضا بسبب النظرة الاتية والجزئية السائدة عند بحث ومناقشة هذه التأثيرات والتي في اطارها يصعب الحديث عن الائر البالغ الذي تحدثه أدوات الاتصال كما يشير انصار الموقف الأول ، كما يمكن قبول اعتراضات انصار الموقف الثاني وحديثهم عن تأثير الوسط الاجتماعي والعوامل الوسيطة . . الخ مع صعوبة التسليم بعدم تأثير أدوات الاتصال والتي تؤيدها الأدلة والشواهد الميدانية .

من أجل ذلك اتجهت الدراسة الراحنة الى الاعتماد على الملاحظات الانثروبولوجية الميدانية ، والتي تسعى الى رصد وتتبع الائر التراكمي والممتد الذي أحدثته أدوات الاتصال على الثقافة المحلية بجوانبها المادية وغير المادية ، ووفقا لما توافر لدينا من بيانات ميدانية يمكن حصر مجالات التأثير التي أحدثتها

(١) عبد الفتاح عبد النبي البحوث الاعلامية في القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، دراسة قدمت في اطار بحث الاعلام ومستقبل القرية المصرية الذي يجريه المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ابريل ١٩٩٠ (تحت الطبع)

ادوات الاتصال السابق عرضها بالقرية في ثلاثة مستويات اساسية هي :

مستوى مجتمع القرية ككل ، ومستوى الأسرة ، والمستوى الفردي ،
ونعرض فيما يلي لبيانات كل مستوى فيما يلي :-

المتغيرات في مجتمع القرية :

في هذا المستوى ، تشير المشاهدات الواقعية الى التأثير الواضح الذي أحدثته أدوات الاتصال من راديو وتلفزيون وفيديو واجهزة تسجيل وتليفون في الشكل المعماري للقرية ، حيث ساهمت هذه الأجهزة في دفع التغير في اتجاه إقامة البيوت ذات الطراز الحديث بالقرية ، فاعتمدت هذه الأجهزة في تشييدها على الكهرباء . ورغبة القرويين في حيازتها دفع الكثير من القرويين وبالأدوات مع فترة الرواج المادى التى واكبت الهجرة وتطبيق سياسة الانفتاح في اتجاه ادخال الكهرباء لبيوتهم من اجل الرغبة في مشاهدة التلفزيون ، وأدى دخول الكهرباء بدوره الى إعادة التفكير في شكل بناء البيت ليأخذ الطراز الحديث حيث يستخدم الطوب الاحمر والأعمدة والأسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدي المعروف حيث تقام البيوت بالطوب اللبنى وترصع بسعف النخيل حتى يستقيم الامر مع المتغير الجديد ، والأخذ في الاعتبار أماكن الوصلات الكهربائية لهذه الأجهزة وأماكن وضعها واستخدامها عند وضع تصميم البيت أو حتى تأثيئه .

على أن أبرز اشكال التأثير الملموسة لأجهزة الاتصال في هذا المجال يتحدد بصورة واضحة في اختفاء « المصطبة » وهى المكان المرتفع نسبيا عن سطح الأرض والمتحتم بجدران بيوت القرويين التقليدية ، والتي كانت بمثابة مقعسا مهما وخصبا يجتمع فيه أهل الدار والجيران للسعى والسهر وتبادل الآراء والخبرات والنصائح . . الخ هذه المصطبة اختفت تماما حاليا حتى من البيوت التقليدية ولم تعد تحتل احدى تفكير في انشائها لدى بناء البيوت الحديثة أو حتى التقليدية . وذلك بفعل توافد أدوات الاتصال الحديثة وعلى رأسها التلفزيون حيث أدت هذه الوسيلة الاتصالية الى نقل الجلسة العائلية من أمام الدار أو المصطبة بالصورة التقليدية الى داخل البيت في « المنذرة » أو « وسط الدار » لمشاهدة التلفزيون وهو أحد التغيرات الثقافية المادية الملموسة في القرية المصرية والتي ترتبت على دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة . واللائق للنظر هنا أن اتجاه التأثير الثقافي الجديد يميل ناحية التفرد وفك الترابط واللقاءات الجماعية للأهل والجيران والتي كانت تميز لقاءات « المصطبة » وأصبح أهل كل بيت يجلسون في مسراتهم داخل بيوتهم أمام جهاز التلفزيون ولا علاقة لهم بجيرانهم أو بالآخرين وذلك في اطار انتشار توافد هذا الجهاز داخل كل بيت تقريبا في القرية حاليا .

والشكل المعماري الآخر ، الذى تأثر بشدة بفعل دخول تكنولوجيا

الانسحاب وبالثبات مكبرات الصوت الى القرية ، هو المأذنة التى تشكل احد ملايح الطراز المعمارى الاسلامى فى بناء المساجد ، والمأذنة عبارة عن شكل اسطوانى يرتفع لعدة أمتار فوق سطح المسجد ويكون من عدة ادوار يمكن الصعود الى اعلاها من خلال سلم دائرى وفى قمة المأذنة يوجد الهلال الرمز الاسلامى المعروف ، وخلال مواقيت الصلاة الخمس كان المؤذن يصعد الى اعلى قمة المأذنة ليرفع الاذان ويساعد ارتفاع المأذنة هنا على نقل صوته الى مسافة ابعد نسبيا يتيح للأفراد سماع صوت المؤذن والاقبال لاداء الصلاة ، ومع انتشار مكبرات الصوت واتجاه المساجد الى تركيب هذه المكبرات بها على النحو السابق الاشارة اليه ، فقدت المأذنة وظيفتها وأهملت تماما . وفى المساجد التى تبنى حديثا : لم تعد تأخذ فى الاعتبار ، حيث أصبح يتم الاكتفاء ببناء جسم المسجد دون المأذنة خفضا للتكاليف ، ولتوجيه المبالغ المادية لشراء أجهزة مكبرات الصوت ومشتيلانها ، ويوجد فى قرية البحث حاليا مسجدا حديثا المنشئة ولا توجد بهما مأذنة ، مما يعطى فكرة عن درجة التأثير التى يتعرض لها هذ العنصر الثقافى المادى بفعل دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

ويمثل دوار العمدة احد المواقع الاتصالية الهامة التى تأثرت بشدة بدخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة الى القرية ، ومن المعروف ان دوار العمدة ، وهو فيزيقيا عبارة من مكان متسع نسبيا ملحق ببيت عمدة القرية ، ومزود بأماكن للجلوس وشرقة جانبية يوضع بها التليفون . وتاريخيا كان يمثل هذا المكان احد أهم مواقع الاتصال بالقرية ، حيث تعقد الجلسات والسهرات ، وتدار المناقشات ، ويتم الاستماع الى الراديو لها حاليا ، فقد تلاشت وظيفة هذا المكان صحيح ان هذا التلاشى ، جاء بسبب ضعف نظام المهدية ، الا ان انتشار أجهزة الاتصال الحديثة فى بيوت القرويين ، ورواج المعلومات بصفة عامة فى القرية نتيجة اتساع حركة تنقلات القرويين من وإلى القرية ، قد أفضى الى تقليص رواد دوار العمدة بطريقة يصعب مقارنتها عن ذى قبل ، بل ان المكان ذاته قد تقلص مساحيا ، ولم يعد يتعدى مساحة غرفة عادية يوضع بها التليفون يلتقى بداخلها غفر التربة لتوزيع المهام وأمام هذه الغرفة « دكة » يجلس عليها العمدة أو ضيوفه ، والعمدة ذاته شخص عادى معين من قبل الداخلية بأجر رمزى ينذر ان يقصده احد لحل مشكلة أو الحصول على معلومة كما كان الحال من قبيل .

وفضلا عن تقلص مكانة دوار العمدة كأحد أهم مواقع الاتصال التقليدية بالقرية تقلص أيضا وبشكل مماثل دور المقهى كموقع لعقد اللقاءات واجراء الاتصالات ، ونادى الآراء والمعلومات ، لقد كان المقهى تاريخيا فى القرية مكان يقصده الصنف وأصحاب الراى والنفوذ وكبار الأغنياء ، وبعد قيام الثورة وضعت مركز الزعامة التقليدية بالقرية ، ترايد رواد المقهى بالقرية ليشمل فئات وطوائف عديدة متباينة الانتماءات الاجتماعية من أبناء القرية ، حيث يتجهون

الى المقهى ، وبالذات في فترة المساء للسهر والسرير وتبادل الآراء والمعلومات وتناول المشروبات والتدخين ، والاستماع الى الراديو ، أو مشاهدة التلفزيون بعد أن دخل الى القرية لأول مرة من خلال المقهى في منتصف الستينيات ، وعندما بدأت أجهزة الاتصال في الانتشار في بيوت القرويين في حقبة السبعينيات وبالأذات أجهزة التلفزيون والتسجيل ، أخذ رواد المقهى يتخلصون شيئاً فشيئاً لأن قطاعاً كبيراً منهم مفضل السهر في البيت ومع الأهل والأصدقاء حول جهاز التلفزيون وبالأذات بعدد ارتفاع تكاليف الجلوس على المقهى ، بسبب ارتفاع أسعار المشروبات والمكبات ولم تفلح محاولات بعض أصحاب المقاهي في استعادة روادها بالثلاثة المعهودة في حقبتى الخمسينيات والستينيات من خلال ادخال أجهزة الفيديو ، حيث ظل الأمر مقتصرًا على عدد من الشباب صغار السن ، خصوصاً بعدد حيازة جعاعات عديدة بالقرية لهذه الأجهزة على النحو الذى عرضنا له من قبل . وتكشف البيانات الميدانية والحوارات مع عدد من أصحاب المقاهي بالقرية أن عدد رواد المقهى قد انخفض بمعدل الثلثين حالياً بالمقارنة بفترة السبعينيات والى ثلاثة ارباع بالمقارنة بفترة الستينيات ، وأن الأمر يقتصر في الوقت الحاضر على عدد من الرواد معتادى شرب الشيشة ولعب الطاولة قبل أى شيء آخر قد يتعلق بعدد الصفقات أو تبادل الآراء والأخبار والحكايات كما كان الحال من قبل . ومن المؤكد أن هذا التغير في مكانة ووظيفة المقهى كأحد أهم مواقع الاتصال التقليدية المعروفة بالقرية ، يعود في جانبه الأكبر الى تأثير دخول وتغلغل تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية وأيضاً ، يسر هذا التأثير في اتجاه التفرّد وفك ترابط العلاقات الاجتماعية وتفتت اتصال المشاركة بصفة عامة بالقرية لصالح الاتصال ذى الخط الواحد .

وعلى نفس المنوال يمكن أن نقرر أن مواقع أخرى للاتصال التقليدي في القرية المصرية ، قد تقلص دورها أيضاً وكان دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو واحد من العوامل الموضوعية العديدة التي ساهمت في تقليص دورها ومن ذلك الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية أو الوحدة الصحية باعتبارهما أماكن كان يرتادها القروى للحصول على المعلومات في المجال الزراعى والصحي ، ثم تقلص دورها بعد أن أصبح مالدى هذه الأماكن كجهات اتصال رسمية يصل الى القرويين عبر وسائل الاتصال ، وبالأذات مكبرات الصوت ، كما أشرنا من قبل مما خفض من عدد رواد هذه الأماكن واقتصر هذا التردد حالياً على قضاء المصلحة المباشرة فقط .

ويبدو أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالأذات اشترط التسجيل قد اثرت وبشدة على الزمان مختلفة من الفلكلور الشعبى ظلت تمارس في القرية المصرية ، عبر مراحل التاريخ المختلفة ومن ذلك المواويل الشعبى ، حيث قضت اشترط التسجيل الحديثة على مجالات الإبداع الشعبى الطائفي في هذه المواويل ، وأيضاً حلقات الذكر والشهاد الحينى التي كانت تنظم بصورة منتظمة في بعض

البيوت بالتبادل بين الأفراد (الحضره) حتى اواخر الستينيات ، وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات . وبعد حلقة الذكر كان يجلس الأفراد لتبادل الآراء والمعلومات والخبرات . . الخ وقد اختفى هذا اللون من الاتصال حالياً ، وحل محله استماع رواده الى شرائط المذيع النبوى ، وسماع القرآن الكريم ، وقد أصبح من السهل حالياً الاستغناء عن فرق الغناء والرقص والمطرب الشعبي لاحتفاء لىالى الأفراح والمولد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسبات .

على أن أبرز اشكال تأثير تكنولوجيا الاتصال وضوحا في مجتمع القرية ، يتعلق باختفاء وظيفة « المندى » ، لقد كان مندى القرية يقوم بدور مهم في ابلاغ الاهالى بالانذار والتعليقات في شوارع القرية مناديا بصوت جهورى بضرورة التوجه الى صراف القرية لسداد الضرائب ، او الى الجمعية التعاونية لاستلام الحصى ، او للاعلان عن قيام أحد الجزارين ببيع ذبيحة جديدة او فقد أحد الاشياء ، او مكان تجمع عمال الزراعة غدا وأجورهم الى غيرها من الأمور الحياتية . وكان يوجد بالقرية أكثر من مندى واحد ، هم عادة من نوى المكائنة المتواضعة الذين يتكسبون من وراء هذا العمل ، حيث يتوجه اليهم ذوو المكائنة للاتفاق معهم مقابل أجر لترويج المعلومة التى يريدون توصيلها الى اهالى القرية . وقد ظلت مهمة المندى هذه تشكل من اشكال الاتصال قائمة بالقرية حتى اواخر حقبة السبعينيات ومطلع الثمانينيات . وبعد دخول وانتشار اجهزة مكبرات الصوت بالقرية وبالذات في المساجد ، اختفى هذا الشكل الاتصالى ، وحل محله الاتصال من خلال مكبر الصوت بالشكل الذى اشرت اليه من قبل والجدير بالملاحظة هنا ، أن التغير الجديد لم يكن في صالح فاعلية العملية الاتصالية ، حيث أن وظيفة المندى ، لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهورى ولكن في اجراء حوار مع الاهالى والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم حول مخزون ما يعلنه ، وهو ما لا يحدث حالياً مع الشكل الاتصالى الجديد مما يعيد تأكيد مسبق أن اشرنا اليه من اتجاه التأثير ناحية تقطيع اتصال للمشاركة التقليدية بالقرية .

وإذا كانت انماط الاتصال التقليدية بالقرية قد تأثرت على هذا النحو بفعل دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، فإن جانباً آخر من تأثير هذه التكنولوجيا على مجتمع القرية يمكن تناوله ويتعلق بمجالات العمل والإنتاجية ، وأول ما يبطئنا في هذا الجانب هو ما رددته بعض الكتاب والباحثين من تأثير دخول اتوات الاتصال بالقرية وبالذات التلفزيون والفيديو على انخفاض معدلات الانتاج بالقرية والمؤثر في ذلك ، هو انخفاض ساعات عمل الفلاح اليربوى . فالفلاح كان يحرص على النوم مبكراً لكي يستيقظ مبكراً أيضاً ، ليذهب الى الحقل . أما بعد دخول الكهرباء واجهزة التلفزيون تغير هذا السلوك ، وأصبح الفلاح لا ينالم سوى فى ساعة متأخرة من الليل وبعد انتهاء الارسال

التليفزيونى ، مما يترقب عليه كسل الفلاح وتقليص ساعات عمله . . الخ .

والواقع : ان الاعتماد على هذا المؤشر للحكم على انخفاض انتاجية الفلاح يبدو مشكلا الى حد كبير ، ذلك ان الامر لا يتحدد بمواعيد الاستيقاظ أو النوم ، أو الذهاب الى الحقل . . الخ . ولكن بعدد الساعات الفعلية التى يعمل فيها الفلاح بالحقل . فالفلاح الذى كان يستيقظ مبكرا ويذهب الى حقله مثلا كان يستدفع جزءا كبيرا من وقت الايثولة ناتجا تحت الشجرة . وهو ما قد لا يحدث حاليا . كما ان انخفاض الانتاجية أو زيادتها قد لا يرتبط فقط بعدد ساعات العمل ، اذ ان دخول المكنة الزراعية واعتماد الفلاح عليها قد يفقد قيمة حساب عند ساعات العمل اليومى فى الحقل لمقاييس معدلات الانتاج . فالفلاح الذى كان يستغرق ساعات طويلة بل اياما فى رى حقله او تفرية الفلال . . الخ أصبح يؤدي مثل هذه الأعمال فى ساعات محدودة بفعل مكنات الرى وآلات التذرية الحديثة ، وهكذا . وكذلك فان انخفاض انتاجية الأرض الزراعية ، قد يعود الى عوامل لا علاقة لها بنشاط الفلاح ولكن بأمر قد تتصل بالقرية ، والسباسة الزراعية ، والهجرة ، وأسعار الحاصلات . الخ واتصى بما يمكن ان نقرره فى هذا المجال وتوجيه الملاحظة الميدانية المباشرة ، هو ان بعض القرويين قد عدلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم واتصالهم لتتفق مع مواعيد بعض المراج وبلذات مسلسلات التليفزيون او المباريات الرياضية دون تأثير واضح فى ذلك المجال على حجم ومعدلات الانتاجية ونشاط العمل اليومى المعتاد حيث يعنى القروى مصلحته جيدا ويضع قوته وقوت اولاده فى المحل الاول من اهتمامه بصرف النظر عن أية اعتبارات أو اهتمامات أخرى قد تتعلق بالترفيه أو المتعة . . الخ . وينبذ ذلك بوضوح فى حوارنا مع الباحثين من جماعة الفلاحين حينما طرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى أنت شاييف الناس النهاردة بنهتيم بزراعة أرضها زى زمان ولا لا ؟** . وقد أجاب جميع الأفراد وبلا استثناء بأنها تهتم واكثر من زمان . وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : **« هو الفلاح له هم النهاردة الا أرضه عشان يقدر ياكل وياكل عياله »** ، **« بابيه المندبا غالبة »** ، **« الفلاح بيشتغل بيده وسنائه ، بس الحكومة هى اللى نهيه الفلاح »** ، **« هات للفلاح أرض بس وهو يزرعها »** ، **« مين هى الأرض »** ، **« الفلاح بيحجر الأرض بيده عشان تطلع حاجة ياكلها »** . الى غيرها من الاستجابات اللغائية التى تكشف عن حرص بالغ من جانب الفلاح لزراعة أرضه وتعميم انتاجه منها مع وعى كامل والم دفين من جانبهم بغلو الاسعار ونهب الحكومة لحصاد عملهم وهو ما ينفع بهم الى الهجرة أو البحث عن سلع تموينية اكثر رخصا وتدعمها الحكومة فى المدينة .

كذلك لم تظهر علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأحوال سرقة العمل بالقرية ، الذى يشهد حاليا اختلالا واضحا يتمثل فى النقص الواضح فى العمالة الزراعية الناجم عن الهجرة الداخلية أو الخارجية والحراك المهنى ،

حيث إتجه بعض الفلاحين إلى العمل بمهن أخرى غير العمل الزراعى . وقد ترتب على ذلك ارتفاع ملحوظ فى أسعار العمالة الزراعية انمكست بالتالى فى تكلفة الانتاج وارتفاع أسعار الحاصلات الزراعية مما دفع بعض الفلاحين فى موسم جنى القطن الى ترك المحصول بلا جنى فى الحقل بسبب نقص العمالة وارتفاع أسعارها الى حدود غير معقولة .

ومن المؤكد أنظرونا موضوعية أكثر فاعلية هى التى أثرت فى اختلال سوق العمل ماثرية ، مما دفع الكثير من الفلاحين للبحث عن مهن أخرى غير العمل الزراعى منها على سبيل المثال نقص المساحة الزراعية ، وتفتت الحيازة وزيادة عدد السكان ، وعدم توازن السياسة الزراعية وتضاربها وبالأذات فيما يتعلق بنظام الدورة الزراعية والتركيب المحصولى وأسعار الحاصلات الزراعية والضرائب على الأطنان . الخ وهى العوامل التى أضعفت من قيمة الصائد الزراعى وبالتالى فقدت الأرض الزراعية قيمتها . ومع أن المبحوثين اظهروا فى حوارهم معنا تيسكا شديدا بالأرض وبالعامل الزراعى على النحو المشار إليه آنفا ، إلا أن ذلك كان من قبيل انعدام الحيلة وعدم وجود فرص عمل بديلة أو الهجرة أمامهم وبالتالى فإن الأرض الزراعية والعمل الزراعى ، رغم ما يحيط به من مشكلات ، إلا أنه مازال الملجأ الوحيد المتاح أمامهم ، ويمكن التخلّى عنه إذا ما اتاحت الفرصة للعامل بمهنة أخرى اضافية كأعمال الحراثة أو النظافة أو قيادة السيارات . الخ وقد ظهر ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين من جماعة الفلاحين السؤال الآتى : **لوفيه فرص عمل أخرى كثيرة قدامك يا ترى تفضل تشتمل فى إيه أحسن ؟** ومع أن الجانب الأكبر من المبحوثين فى استجاباتهم الفورية على هذا التساؤل قد مال إلى تفضيل الاشتغال فى مهنة الفلاحة ورددوا فى ذلك استجابات مثل : « حشتغل فى إيه يعنى » ، « فرص عمل زى إيه » ، « الموأحد بيشتغل فى المهنة الللى بيغرم فيها » ، « احنا قديمنا إلا الفلاحة » . الخ إلا أن تعميق الحوار مع المبحوثين فى هذا المجال وطرح عدد من المفترقات أمامهم مثل فرص العمل بالبحكومة أو الأعمال الحرفية ، أو التجارة أو السفر بره ، وفى أى حاجة تكسب اظهر ميلا واضحا لتفضيل الاستجابة للعمل فى « أى حاجة تكسب » لمواجهة الغلاء وارتفاع الأسعار وتدبير قوت الأولاد وتنفقاتهم المتزايدة .

وأيا كان الأمر ، وفى إطار الظروف الموضوعية التى تدفع القروى لقبول العمل فى أى مهنة تكسب ، فإن أقصى ما يمكن إقراره حول تأثير أجهزة الاتصال وبالأذات التليفزيون فى هذا المجال ، هو تشجيع الاتجاه نحو هذا القبول بين القرويين ، حيث تلعب المسلسلات والأفلام التليفزيونية ، التى يكثر الابتغال عليها على النحو الذى أشرنا إليه من قبل ، نورا تدعيميا كبيرا فى هذا المجال .

وقد تبين ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى :

با ترى التليفزيون والراديو لما يتكلموا عن العدل والمشفل يقولوا ايه ؟ ومع ان جانبها كبيرا من الامراء وغالبيتهم من الفلاحين ، لم يتمكنوا من الاجابة على هذا السؤال ورددوا في ذلك عبارة « مش عارف » او « مش متذكر » ، الا ان من استطاع منهم الاجابة قد ردد استجابات مثل : « يقولوا للناس الشغل مش عيب » ، يجيبوا الناس في الشغل ، الواحد ممكن يشغل في اى حليجة ، الرزق يجب الخفية ، اهم حاجة الشغلة الشريفة ، الواحد لازم يسمى لرزقه الى مراه غلوس هو كل حليجة الى غيرها من الاستجابات والتصورات التى تشير الى الدور المتدعى البالغ الذى تلعبه اجهزة الاتصال في مجال ترويج النظرة الماهية لقيمة العمل لدى القرويين .

واذا كانت تأثيرات أدوات الاتصال الحديثة تبدو طفيفة أو غير منظورة في مجال العمل والانتاجية ، حيث تلعب الظروف الموضوعية دورا أكثر فاعلية في هذا المجال ، الا ان نطاق تأثير هذه الأدوات يبدو أكثر بروزا في مجال بناء القوة والنفوذ داخل مجتمع القرية ، ويقتل ذلك بصورة واضحة في التغير الملحوظ في مكانة أصحاب السلطة وقادة الرأي التقليديين بالقرية حيث تدهورت الى حد كبير مكانة ونفوذ شخصيات مهمة ظلت تلعب دورا تاريخيا وفاعلا في تقرير مجريات الأمور بالقرية ويأتى على رأس هذه الشخصيات عمدة القرية ، وشيخ البلاد وكبار الحائزين وملاك الأراضي ، وموظف الجمعية التعاونية الزراعية ، ونظار المدرسة ، وإمام المسجد ، وكبار السن في العائلات باعتبارهم من كبار مبادرات الرأي والمكانة والنفوذ بالقرية ، لقد ساهمت أدوات الاتصال الحديثة بنصيب وافر في اضعاف مكانة هذه الشخصيات فجانب كبير من هذه المكانة كان يعتمد أساسا مما يتوفر لدى اصحابها من قدرة على قضاء المصالح والاتصال بالجهات الرسمية خارج القرية ، وحيازة المعلومات ، ومع الانتشار الواسع لأدوات الاتصال الحديثة تم فك احتكار هؤلاء الأفراد للمعلومات التى أصبحت متاحة بفعل هذه الأجهزة لقطاع واسع من الأفراد ، وتزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأمر عديدة ، وأصبحوا أكثر قدرة على المناقشة وابداء الرأي من ذى قبل بفضل تعرضهم المستمر لمضامين هذه الأجهزة في المقام الأول

وبمع انتشار التعليم ، وإعادة توطين الموظفين في قراهم ، وانخراط العديد من شباب القرية في سلك الجندية ، واشتراكهم في حرب اليمن وحرب ١٩٦٧ ، ولكتوبر ١٩٧٣ ، واتصالهم المباشر بالعالم الخارجى نتيجة لتحسن وسائل الاتصالات وعمليات الهجرة والانتقال ، وما صاحب ذلك من رواج ماذى في القرية ، تبدلت أوضاع ومكانة الكثير من الفئات الاجتماعية بالقرية ، وحدث حراك هائل واجتماعى واضح لبعض الجماعات الاجتماعية اثر على البناء الطبقي بصيرته التقليدية في القرية ، وما يهنا هنا ، هو ان الجماعات الاجتماعية الجديدة التى تزايد نفوذها بالقرية بفعل التغيرات السابقة ، تستبد هذا النفوذ من مصدرين ، الفترة المادية (الثروة) والفترة الاتصالية حيث تدعم القدرة

الآخيرة الإنجازات التي حققتها هذه الجماعات في مجال حيازة الثروة ، فتنحصر دائما على التعرض المستمر والمكثف لأجهزة الاتصال وبلذات الصحف (وهي الخاصة التي كان يحرص عليها من قبل قادة الرأي التقليديين) ليس فقط بهدف مراقبة تقلبات السوق ومجريات الأحداث ، حماية لما لديها من ثروة ، ولكن أيضا وفي المقام الأول لدعم قدراتها الانصالية ومناقشة الآخرين ولتأكيد أوضاعهم الجديدة واضفاء الشرعية عليها .

لقد تقلص مع هذه الأوضاع الجديدة مكانة الزعامات التقليدية بالقرية ، وتدنى عدد المترددين أو القاصدين هؤلاء لحل مشكلاتهم وأصبح التعامل معهم منحصرا في أضيق الحدود . فمرور المصيدة في الشارع لا يثير انتباه أحد من الجنوس ولا يستدعى الوقوف له عند رد التحية . كما أن المهندس الزراعي ليس لديه خبرة (هو بينهم) على حد تعبير أحد المبحوثين ، ومشايخ البلد جال عليهم الزمن وغلابة ، ونظر المدرسة والمدرسين بالقرية مشغولون في الدروس الخصوصية : وإمام المسجد « أهم كلمتين حفظهم وخلص » « ويأكلها ولعم » عني حد تعبير البعض ، واللائت للنظر هنا أن هؤلاء الأفراد باستثناء إمام المسجد ، تتلصص تعاملهم مع أجهزة الاعلام وأصبح لا يتعد التعامل المصادي والمألوف لأي فرد ، فالمهندس الزراعي ونظر المدرسة لا يشتري سوى جريدة واحدة وبصورة غير منتظمة ، كما أن مشاهديهما للتلفزيون تقتصر أيضا على المسلسلات والافلام ، والحال كذلك مع مصيدة القرية الذي كان يعمل موظف بالإدارة لتململية بالسفطة وعين بالفزكية من قبل الداخلية ، أما إمام المسجد (الكبير) فإنه يحرص يوميا على الاطلاع على مختلف أنواع الصحف واعادتها الى موزع الجرائد مقابل مبلغ مالي (عشرة قروش) فضلا عن ثمن شراء جريدة واحدة هي جريدة الاخبار .

وقد سعينا من جانبنا للتعرف على نوعية قيادات الرأي والزعامات الجديدة بالقرية ، وذلك من خلال الوقوف على الطريقة التي يتم من خلالها فض المنازعات وحل المشكلات التي تنشأ داخل القرية ، وبمراقبة هذا السلوك تكشف لى أن بكل عائلة من عائلات القرية أو قطاع سكني يوجد شخص معين يقصده الأطراف في حالة وجود خلاف أو نزاع مع أحد أفراد العائلة أو سكان القطاع ، ولا يشترط في هذا الشخص نوافر ، كبر السن أو التعليم . . الخ ولكن في الأساس القدرة المادية والمظهر الجيد وحلاوة اللسان وحفظ بعض الآيات القرآنية والأحاديث النبوية التي يستخدمنها في الحديث والافتناع ، وعادة ما يستمع طرفا النزاع أو المشكلة الى نصائحه ويميلون الى قبول تحكيمة خشبة تقام الموضوع وتحويله الى الشرطة والمحاكم وما يصاحب ذلك من نفقات مالية باهظة ، هذا الشخص لا يقتصر دوره على حل المنازعات ولكن يشكل مصدرا مهما لنقل وترويج المعلومات بين الآخرين ، ولذلك يحرص على تكثيف تعامله مع أجهزة الاعلام المختلفة وكذا تردده على الجهات الرسمية ولماكن اتخاذ القرار

والتواجد في مواقع الأحداث والخلافات ، مما يدعم مركزه الاجتماعي من ناحية
ويزيد من قدراته الاتصالية من ناحية أخرى .

ووفقا لذلك ، أصبح يوجد في القرية عدد غير قليل من هؤلاء الأفراد
ينطبق عليهم مواصفات هذه الشخصية حصرا منهم (٢٥) فردا ، يعملون
بمهن مختلفة : التدريس والمحابة ، الأعمال الحرة وأيضا الفلاحة ، وقد تلاحظ
كثافة علاقة هؤلاء الأفراد ببعضهم البعض ، حيث يحرمون على تبادل
الزيارات ، واللقاءات ، ومناقشة المسائل العامة المتصلة بالقرية ، وما يحدث
بالقرية من نوادر وحكايات .. الخ . ويشكلون جماعة ضغط ونفوذ قوية داخل
القرية .

ثانيا : التأثير على مستوى الأسرة :

تتحدد تأثيرات أدوات الاتصال في هذا المستوى في جوانب عديدة تتصل
ببناء الأسرة الريفية ، والعلاقات داخل هذه الأسرة ، ومكانة المرأة ، وتنشئة
الطفل ، والمعاداة الغذائية . وإذا كان تركيب الأسرة الريفية ، قد شهد تغيرا
واضحا في مجال التحول من الأسرة الممتدة إلى الأسرة النووية التي تقتصر على
الزوج والزوجة والأولاد ، الذين يعيشون في معيشة مستقلة عن بقية أعضاء
العائلة ، وذلك بسبب شيوع العلاقات المادية والهجرة وغيرها ، فإن دور
أدوات الاتصال كان فاعلا في تدعيم هذا التحول . فقد تلك هذه الأدوات
وبالذات التلفزيون من الجلسات العائلية المسائية ، التي كانت تشمل جميع
أفراد العائلة من الأهل والأقرباء ، حيث كثيرا ما كانوا يجتمعون في صحن الدار
أو على المصطبة في المساء للحديث والسمر معا ، أما الآن ، ومع شيوع العلاقات
المادية والنزعة الفردية ، أصبح أعضاء كل أسرة من هذه العائلة الكبيرة
يلتفون حول جهاز التلفزيون ولا علاقة لهم بالآخرين ، حيث يحرص رب كل
أسرة على حيازة جهاز تلفزيون له ولأسرته الخاصة حتى لا تشوب المنازعات
والخلافات بين أعضاء العائلة على حد تعبير بعض المبحوثين ونتيجة لذلك كثيرا
ما شاهده وجود أكثر من جهاز تلفزيون في البيت الواحد ، وتعمل في الوقت
نفسه ، وعلى القنطرة نفسها ، نتيجة لاتفراد أعضاء كل أسرة واستقلالهم في
مساعدة التلفزيون رغم تقاربهم المكاني أو المعيشي ، مما يشير من ناحية إلى
الدور الذي تلعبه هذه الأداة في تدعيم الاتجاه نحو بناء الأسرة النووية في القرية
المصرية ومن ناحية أخرى ، إلى أثر هذه الأداة في تخفيض حجم المنازعات
والخلافات التي كانت تقع سواء بين أعضاء العائلة الواحدة أو بين الجيران
بعضهم البعض وعلى حد قول أحد المبحوثين ، لقد ساعد التلفزيون على (لم)
الناس كل في بيته بعيدا عن الصراعات والخلافات ، والقبل والقال . وهو قول
يبدو صحيحا إلى حد كبير .

وقد ساعدت أجهزة الاتصال ، وبالذات الراديو والتلفزيون في تدعيم

مكابة المرأة وتعزيز دورها داخل الأسرة والنهوض بمسئوليتها وبالذات في المنزلات الأخيرة التي شهدت تدهور سلطة رجل البيت الغالب باستمرار عن البيت أما بسبب الاتهامات في العمل وفي أكثر من جهة لتجبر تفعلت الأسرة أو في الهجرة للعمل في الخارج ، وتشير الحوارات المستفيضة التي أجريت مع المبحوثات من أعضاء العينة والبالغ عددهم (٨٠) مفردة ، أن الجانب الأكبر منهن (٥٦ ٪) رغم أنهن غير متعلقات ولا يحملن أية شهادات ، إلا أن لديهن معرفة واسعة بقضية تنظيم الأسرة ، وبشعاراتها وأسمااء الكثير من الحملات والنيصمات وأظهرن قدرة واضحة على الحوار في جوانب تتعلق بالانتماء والجسوع والتعليم ، وهجرة الأزواج ، الأمر الذي يشير الى الارتفاع الملحوظ في مستويات الوعي لديهن الذي ترتب على انخراطهن المكثف في علاقات الاتصال مع الآخرين خارج البيت وتحملن لمهوم الأسرة نتيجة غياب رجل الأسرة وتعرضهن لأدوات الاتصال الجاهري التي يصعب انكار تأثيرها في هذا المجال.

ومع المعرفة الواسعة لهؤلاء المبحوثات بشعارات وموسائل تنظيم الأسرة والنسب مصدرها التلفزيون والراديو إلا أنهن عبرن عن عدم اقتناعهن بما يرددته التلفزيون من أن كثرة الانجاب يصف صحة المرأة ، أو أن كثرة الخلقة « تجلب الفقر » وأشارت غالبية المبحوثات أن « الخلقة بتاع ربنا » ولا دخل للإنسان فيها ، « وأن الأولاد زينة وبهجة في البيت » ، مما يشير الى الفجوة الواسعة بين المعرفة التي تروج لها وسائل الاعلام في هذا الجانب وسلوك المرأة الريفية في مجال الانجاب وتنظيم الأسرة ، مما يكشف عن انعدام تفاعلية تأثير هذه الأجهزة في هذا المجال .

على أن الجانب الأكثر بروزا في تأثير أدوات الاتصال على مستوى الأسرة يتعلق بتأثير هذه الأدوات في مجال تنشئة الطفل في القرية ، وقد تزايد هذا التأثير مع تراجع دور الأسرة في عملية التنشئة بسبب غياب الأب في الخارج من أجل الثروة وانهمك الأم طوال الوقت في تدبير احتياجات الأسرة وقضاء مصالحها . ومع غياب توجيه الأسرة ورقابتها هذه ، يتعمد الأطفال صغار السن والصبية . الكثير من العادات والسلوكيات والانفاظ اللفوية ، وهي عادات وسلوكيات تميل الى التهمط الحضري على النحو الذي تروج له أجهزة الاعلام ، وتبتعد كثيرا عن العادات والتقاليد الريفية الأصلية .

واللافت للنظر في هذا المجال ، أن سلطة الوالدين ، أو العائلة ، قد تلاشت أو تآدت في مجال التحكم فيها يشاهده أو يسمعه الأبناء أو الأطفال من مضامين عبر إذاعات التلفزيون أو أجهزة الراديو والتسجيل والفيديو ، حيث يمارس الأبناء ضغطا كبيرا في هذا المجال ويتحكمون بأنفسهم فيها يتعرضون له بما فيها التثنية الخفيفة التي تسمح من خلال أجهزة التسجيل ، أو الأفلام

الخارجة التي تشاهد من خلال جهاز الفيديو وقد ساهم ويساهم كل ذلك في نشوء جيل من أبناء القرويين ليس له علاقة بالثقافة الريفية .

وتتمثل الممارسات الغذائية والاستهلاكية مستوى آخر من مستويات تأثير الأسرة الريفية بأجهزة الاتصال الحديثة ، وهنا تلعب الإعلانات التجارية وبرامج المرأة دور أكبر في تحويل هذه الممارسات تجاه القبط الحضري ، لقد عاش الفلاح المصري عهداً طويلاً لا يعرف من المشروبات سوى شرب الشاي يشربه ويأخذه لضيقه أما حالياً عرف « الماكولا » ، و « البيبسي » ، « والسفن آب » وأصبحت هذه المشروبات هي التي تقدم للضيوف الزائرين ، ويقتل عليها الأطفال أيضاً أو يطالبون أبائهم بشرائها لهم . وكان الفلاح المصري لا يأكل سوى « الفريك » والأرز فيما ندر ، واختفى « الفريك » وحل محله المكرونة « روما » و « كابرى » و (المهندس) حيث تتجه القرويات حالياً إلى محلات البقالة والسوبر ماركت التي انتشرت بالقرية لطلبها وبهذه الأسماء ، وعرف الأطفال أكل « الشيبسي » و « الكراتيه » و « بيبم » و « الشكولاته جريس » و « الأيس كريم » و « كيو » ، و « هاواي » وغيرها من المأكولات التي لم يكن يألفها القرويون من قبل وأصبحت الآن من أعادات الغذائية المألوفة وتنبئ بها محلات القرية ، وتشكل ضغطاً كبيراً على ميزانية الأسرة الريفية وموضع شكوى من أرباب الأمر . كما عرفت نساء وفتيات القرية الكثير من مستحضرات التجميل « مارياج » و « أمندا » والكثير من أنواع البرفومات ويستخدمن هذه الأشياء وبالذات في حفلات الزواج أو المناسبات السعيدة وهي كلها عادات وسلوكيات لا يستطيع أحد أن يقلل من دور التلفزيون وبالذات الإعلانات التي تنسب عروض الأنعام في ترويجها بين القرويين .

لقد كانت ثقافة القروي تستهجن شراء الخبز من الأسواق وتعتبره عاراً ومجلباً للفتور . وحينما كانت تضطره الظروف إلى ذلك ، كان يتوارى من القوم ويشتره خفية . أما حالياً ، فقد تعلم من أجهزة الإعلام وغيرها أنمرفيف أرخص سعراً أو أقل تكلفة تدعمه الدولة ، فكف عن صناعته في بيته واتجه إلى شرائه والتطاحن بالمناكب للحصول عليه ، وهو تحول ثقافي ساهبت أجهزة الإعلام بلا شك في إحداثه وهكذا لعبت أجهزة الإعلام دوراً كبيراً ومؤثراً في نشر وترويج العديد من العادات الغذائية الاستهلاكية وساعدها في ذلك عوامل موضوعية تتجسد بسياسات الانفتاح والهجرة ، والرواج المادي في القرية الذي واكب تطبيق هذه السياسات .

ثالثاً : التأثير على المستوى القروي :

يصعب في هذا المستوى قياس تأثير أدوات الاتصال وذلك بسبب تداخل عوامل ومتغيرات عديدة تحد من قدرة الباحث على رصد وتتبع حقيقة التأثيرات التي تتركها أدوات الاتصال على الأفراد فاستخدام الأفراد لهذه الأدوات يتطلب

مستوى ثقافي معين أو توافر درجة من المهارات والخبرات ، وبدون ذلك يعجز الفرد عن استخدام أدوات الاتصال الحديثة أو الدخول طرئاً مشاركا في مصلحتها . فإذا أردنا مثلاً قياس تأثير أجهزة الاتصال على مستوى الطموح الفردي ، أو الرغبة في الإنجاز ، أو المعرفة بموضوعات معينة يصعب عزل تأثير المستوى الثقافي أو التعليمي أو ما يتوافر لدى الفرد من خبرات في هذا المجال .

وقد حأبت العديد من الدراسات والبحوث الإعلامية الحديث من تأثير أجهزة الاتصال في رفع مستوى الطموح الفردي ، وفي تشكيل الشخصية الحركية ، وزيادة الوعي الفردي بالحقوق ودفع الأفراد للمشاركة وزيادة رغبتهم في العمل والإنجاز . الخ . واعتدوا في استخلاص هذه النتائج على مؤشر معدلات تعرض الفرد لأجهزة الاتصال فكلاً زادت معدلات تعرض الأفراد مثلاً لهذه الأجهزة زادت درجة طموحه ورغبته في الإنجاز والمعرفة . الخ . وهو مؤشر مضلل ليس فقط بسبب أن التعرض في حد ذاته لا يعنى الفهم والاستيعاب أو التأثير ، ولكن أيضاً بسبب أن الحد الأدنى المطلوب من المستوى الثقافي والمهاري لدى الفرد للتعامل مع أجهزة الاتصال ، قد يكون هو الأكثر فاعلية وتأثيراً في هذا المجال من مصلحين أجهزة الاتصال .

لقد حدث بالفعل تحسن واضح وملبوس في مستويات وعي القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية، وزادت قدرة العديد من الفئات على الاتصال وإجراء الحوار وآباء الرأي في المسائل المعروضة. ومن المؤكد أن هذا الانفتاح في شخصية القرويين المعروفة بعزلتها وانغلاقها وجودها ورفضها لتقبل المستحدثات . الخ . قد ساهم في أحداثه متغيرات عديدة مثل انتشار التعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجي من خلال التنقل والترحال بسبب سهولة المواصلات والانخراط في سلك الجندية . الخ ولكن في نفس الوقت لا يمكن نكار أثر وسائل الاتصال في هذا المجال على الأمل في تدعيم معارف الأفراد تجاه القضايا الداخلية والخارجية .

وقد تأكد لدينا من خلال الحوار مع العديد من الأفراد بالقرية سواء من أفراد المعنية أو غيرهم حول عدد من القضايا الداخلية والخارجية ، أن الجانب الأكبر منهم لديهم معلومات ومعارف حول مجلس الشعب والجالس الحالية ، والتنظيمات الحزبية ، ومشكلة الديون ، وتنظيم الأسرة ، وبعقوبة الإعتداء على الأرض الزراعية سواء بالتجريف أو البناء ، والانتفاضة الفلسطينية ، وهجرة اليهود السوفيت الى إسرائيل ، والتصالح بين مصر وليبيا ، ومجلس التعاون العربي ، مما يشير الى الدور الواضح الذي تلعبه أجهزة الاتصال في تدعيم وعي الأفراد ومعارفهم بهذه الجوانب . ومع ذلك نمود لتأكيد أن مستوى ثقة وعمق هذه المعارف لدى هؤلاء الأفراد ، يربط الى حد كبير بمستويات التعليم والمهنة ، ومعدلات تنقل الفرد من داخل وخارج القرية ، ومدى كثافة اتصالاته الشخصية . الخ فقد تدنى

مثلا مستوى المعرفة بهذه الجوانب لدى الأفراد من ذوى المستويات الثقافية الدنيا والذين لم يعملوا خارج القرية ، أو يحظوا بفرصة السفر للعمل بالخارج وبدا واضحا على هؤلاء الأفراد خوفهم وترددهم في الحوار معنا ، رغم أقرارهم بضرورة الوسيلة من وسائل الاتصال سواء الراديو أو التلفزيون أو الاثنين معا

وفي المقابل تلاحظ ان بعض الأفراد ايضا من ذوى المستويات المتقاربة الدنيا ويمتحنون العمل الزراعى ، ولكن خبروا تجربة السفر والعمل بالأردن أو العراق لحد تتراوح بين سنتين أو ثلاث سنوات ، اظهروا درجة افضل نسبيا في الحوار ، وفي مستوى معارفهم بالقضايا المطروحة للحوار مما يشير الى أن معارف الفرد بالقضايا القومية لا تتحدد فقط من خلال أجهزة الاعلام ولكن توجد عناصر أخرى تلعب دورها في هذا المجال يأتي على رأسها الاتصال الشخصي والتجربة الذاتية ، والتعليم وغيرها .

بيد أن الحكم على تأثير وسائل الاتصال على الفرد قياسا على مستوى المعارف لديه حول القضايا القومية أو الوعي ببعض التنظيمات والاحداث السياسية ، قد يبدو مضللا ايضا ، ذلك أن جانبنا كبيرا من هذه المعارف يأتي عبر أجهزة الاتصال من خلال البرامج الاخبارية والثقافية التي تقدمها أجهزة الاتصال وهذه النوعية من البرامج لا تتمتع بتأثير كاف لدى قطاع واسع من القرويين اما بسبب سيادة النظرة الترفيهية لدى القرويين حول هذه الأجهزة وطريقة استخدامها لها أو توقعاتهم منها على النحو المشار اليه من قبل ، أو بسبب سطحية وشكلية المعارف التي تقدمها هذه البرامج على الأقل لعمل العوامل الفنية وعمليات الانتاج الجماهيري السريع لأجهزة الاتصال . في حين يبقى بعد ذلك التأثير البالغ والتراكمي الذي تلعبه المضامين الترفيهية والتجارية واندينية في تحديد رؤى وتصورات الأفراد حول مختلف جوانب الحياة الاجتماعية وما تقوم عليه من علاقات وتفاعلات ، وهي الرؤى والتصورات ، التي تصد بمثابة مخزون معرفي ، يوجه الفرد ، بصورة عاجلة أو آجلة ، مباشرة أو غير مباشرة في تعاملاته مع الآخرين وممارسة شئون حياته اليومية ، ورؤيته للعالم من حوله بصفة عامة .

الفصل الثامن

حصار النتائج وتوقعات المستقبل

الفصل الثامن

حصار النتائج وتوقعات المستقبل

حاول هذا العمل بحث العلاقة بين الاتصال والثقافة المحلية والوقوف على حقيقة التغيرات الثقافية التي ترتبت على دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة الى القرية المصرية. وقد اتجه العمل بداية بغية تحقيق الرؤية النظرية للبحث الى استعراض ومناقشة بعض القضايا والاشكاليات النظرية المرتبطة بمفهوم الاتصال والثقافة ، حيث جرى بداية تسليط الضوء على مفهوم الاتصال وخصائصه وانهائه وكيفية دراسة عمليات الاتصال في الواقع المحلي باستخدام فكرة النموذج ، وكذا تعميق الفهم حول مفهوم تكنولوجيا الاتصال ، وطبيعة هذه التكنولوجيا ومدلولاتها الثقافية ، وطريقة توظيفها في المجتمعات النامية والمحددات الفاعلة في تأثير الاتصال في هذه المجتمعات. وعلى الطرف المقابل ، جرى تسليط الضوء على مفهوم الثقافة وابعادها وطبيعة العلاقة بين الثقافة والاتصال ، ودور الآخر في مجال الترويج الثقافي وتركت المناقشة في هذا الجانب تحديدا على القضايا المتعلقة بتأثير الثقافات ألوأده عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وانطلاقا من ذلك ، جرى تحديد أهداف البحث وتساؤلاته وقد دارت هذه التساؤلات حول المكونات الراهنة لبنية الاتصال في القرية المصرية ، ومدى تأثير دخول أجهزة الاتصال الحديثة الى القرية على انماط الاتصال التطبيقية بها، وحقيقة التأثيرات الثقافية المتبادلة بين أجهزة الاتصال الحديثة والثقافة المحلية وعلى ضوء التساؤلات والرؤية النظرية الموجهة للبحث والتي ترى أن فهم العلاقة بين الاتصال والثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الآتية والجزئية والانهماك في بحث تأثير وسيلة معينها وتحديد العوامل الوسيطة التي تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد في الدراسات الاعلامية حتى الآن . ولكن يمكن ان يتم من خلال النظرة المتكاملة والممتدة لعمليات الاتصال في مجتمع القرية ، اعتمدت الدراسة المنهج الانثروبولوجي ، والمنهج المقارن واستخدمت في ذلك الملاحظة والمقابلة المغتنة والمناقشات الفردية والجماعية كادوات لجمع البيانات الميدانية من المنطقة محل الدراسة وهي إحدى القرى المصرية .

ويمكن فيما يلي بلورة أهم النتائج التي خلص اليها العمل الميداني :

(١) حدث تطاور واضح في مكونات بنية الاتصال بالقرية المصرية حيث تزايدت تفلن وانتشار انوات الاتصال الحديثة ، وتعددت أنواعها ، فاصبحت تشمل أجهزة التليفزيون والراديو والفيديو والتسجيل ومكبرات الصوت

والتليفون . وقد ساعدت هذه الأدوات وبالذات أجهزة الفيديو والتسجيل ومكبرات الصوت والتليفون على تنشيط ودعم قنوات الاتصال الشخصي بنوعيهما الرسمي والشعبي بالقرية واضعاف مركز قنوات الاتصال الجماهيرى المركزى ، كما تمثل فى التليفزيون والراديو والصحف سواء من حيث درجة اعتماد القرويين عليها فى تلبية احتياجاتهم الاعلامية ، وتصريف شئون حياتهم اليومية أو سلوك التعامل وكيفية استخدام هذه الاجهزة فى الوقت الراهن .

٢) مع الانتشار الواسع لأجهزة الاتصال الجماهيرى بالقرية المصرية الا ان الصورة الذهنية لدى القرويين تجاه هذه الاجهزة فى الوقت الحالى غير ايجابية أو مواتية ، حيث تغلب الرؤية الترفيهية لهذه الاجهزة ، فالراديو لم يعد وسيلة لمعرفة أخبار الدنيا « وانما اصبح وسيلة لسماع القرآن الكريم والافانى ، كما ان التليفزيون وسيلة للراحة والمتعة والانبساط من خلال مشاهدة المسلسلات والافلام ، والصحيفة لم تعد أداة للتنظيف ولكن للتسلية وشغل وقت الفراغ وتتبع أخبار المباريات والحوادث فى المقام الأول ، ويأتى تغليب هذه الرؤى كرد فعل من جانب القرويين لابتعاد جلّهم عن هذه الاجهزة عن الاهتمام بقضايا وهموم سكان القطاع الريفى ، من ناحية ، وروتينية المضامين الاخبارية والتنميطية التى تثيرها هذه الاجهزة من ناحية أخرى .

٣ - لا يزال الراديو يحتل مكانة متميزة بين أجهزة الاتصال بالقرية حيث اخفت تماها نسبة عدم الاستماع اليه على الإطلاق بين المبحوثين ولم تتجاوز نسبة الاستماع اليه حسب الظروف « (٢٠٪) فى حين بلغت نسبة الاستماع اليه بصفة دائمة (٨٠٪) من اجمالى افراد العينة ، كما ان الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٠٪) أوضح أن الراديو « ضرورى جدا » ولم تتجاوز نسبة الاستجابات التى تشير الى عدم الاهتمام بالراديو (٤٠٪) من اجمالى المبحوثين . ومع ذلك فان ضعف دور هذه الوسيلة الاتصالية بالقرية يكن فى سلوك التعامل الراهن مع الراديو ، حيث تلاشت ظاهرة التعرض الجساعى ومناقشة مضمون الراديو مع الآخرين كمسا كان الحال فى الخمسينيات والستينيات فى مقابل تعاضل ظاهرة التعرض الفردى ، كما ان الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) يستمعون الى الراديو اثناء انخراطهم فى اداء عمل ما ، وهذا يشير الى سلوك التعرض غير الواعى أو التناقض لضربون ما يذاع ، وهو السلوك الذى انعكس فى عدم تفصيل أو تمييز القرويين بين المحطات الاذاعية المختلفة حيث اشار (٦٠٪) منهم الى أن « كلمة ذى بعضه » باستثناء اوقات الازمات والاحداث الهامة ، حيث يتزايد اقبال القرويين على الاستماع الى الاذاعات الأجنبية .

٤ - على الرغم من ارتفاع معدلات حيازة أجهزة التليفزيون بالقرية الا ان مكانة وكثافة استخدام هذه الوسيلة الاتصالية أخذ فى التراجع حالياً بالمقارنة بحقبتي السبعينيات والثمانينيات ، حيث تظهر البيانات أن ما يقرب

من (٦٠٪) من الباحثين اما انهم يتعرضون الى التلفزيون بطريق الصدفة وحسب الظروف ووقت الفراغ أو لا يتعرضون اليه على الإطلاق بسبب المشغولية وضيق الوقت في حين أن (٤٠٪) فقط من اجمالي الباحثين بالقرية هم الذين يتعرضون يوميا وبصورة منتظمة الى التلفزيون ، كما ان مدة التعرض تبيل الى الانخفاض ، حيث لا تتجاوز هذه المدة ساعة يوميا لدى الغالبية العظمى من الباحثين في حين لم تتعد نسبة من يتعرض للتلفزيون لمدة ساعتين أو أكثر (٢٠٪) من اجمالي الباحثين . والاهم من كل هذا وذاك ، هو ذلك التصور المتنامي لدى قطاع غير قليل من القرويين بأن :الفرجة على التلفزيون «حرام» وبلغت نسبة هذا الاقرار (٣٥٪) من اجمالي الباحثين في مقابل (٤٥٪) اقروا بأنه حلال ولم يتمكن (٢٠٪) من ابداء الرأي أو اصدار حكم في هذه القضية ، وكان ذلك مؤشرا واضحا لرواج الاستخدام النريهي للتلفزيون واقتصار هذا الاستخدام على مشاهدة المسلسلات والافلام والمباريات الرياضية من ناحية ، والموقف العدائي وغير الانجالي المتنامي لدى القرويين تجاه بعض ممارسات التلفزيون من ناحية اخرى .

٥ - مع التحسن المحوظ الذي طرا على مركز الصحف بالقرية المصرية خلال حقبتى السبعينيات والثمانينيات في اطار تزايد اعداد المتعلمين بالقرى وتحسن طرق المواصلات واتصال القرويين بالعالم الخارجى ، الا انه في اطار خلو مضمون الصحف من الاحداث الهامة أو الامور المتعلقة بالقرويين وغنو اسعارها ، اخذ هذا المركز في التراجع والضعف مرة اخرى ، حيث انظهرت البيانات ان درجة تعود القرويين على قراءة الجرائد لا تتجاوز (٢٠٪) من اجمالي الباحثين القادرين على القراءة . في حين ان هناك (٣٥٪) يتعرضون لها احيانا وبالمصادفة ، كما تظهر البيانات اختفاء ظاهرة شراء القرويين لأكثر من جريدة واحدة ، وان وقت الفراغ ، وليس دابعية المضمون ، هو العنصر الحاكم في تحديد مدة تعرض قارئ الصحيفة لها ، فاذا ضاق وقت الفراغ قلت مدة القراءة ، او حتى اهملت تماما، وفي هذا الاطار أوضح (٥٥٪) من اجمالي الباحثين ان الوقت المستغرق في قراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتاح (حسب الظروف) ولم تتجاوز نسبة من اقر بقراءته للجريدة لمدة ساعة أو أكثر (٢٠٪) واثار بقية الايراد (٢٥٪) ان الوقت المستغرق في قراءتهم للجريدة يتراوح من خمس دقائق ونصف ساعة وهى معدلات لا تكفى سوى للالام السريع بموضوعات الجريدة وبالتالي تدنى قرائنها التأثيرية .

وقد اظهر البحث ان مركز جرائد المعارضة لا يقل سسوها عن مركز الجرائد القوية أو المجلات الاسبوعية . بيد ان هذا المركز كثيرا ما يطرا عليه بعض التحسن بين الحين والآخر وذلك في اوقات الازمات أو وقوع الاحداث الهامة ، حيث يتزايد الاقبال على صفح المعارضة للوقوف على

وجهة النظر غير الرسمية وتتناقل مضامينها بسرعة عبر قنوات الاتصال الشخصي ، ويظل الأمر هكذا متى ظل الحدث ساخنا ، ثم يتلاشى هذا الأقبال بعودة الأمور الى سيرتها الطبيعية ، حيث يقتصر استخدام الأفراد للصحف عنئذ على متابعة أخبار الرياضة أو الإلمام السريع ببعض الأحداث الداخلية والخارجية ، والتعرف على برامج الإذاعة والتلفزيون والوفيات دون تعرض يذكر للمتلات الافتتاحية أو مضامين الأعمدة الثابتة وغيرها مما يشير الى تدنى المهمة التثقيفية أو التوجيهية للصحف وتنامي الاستخدام الترفيهي لها شأنها في ذلك شأن أجهزة التلفزيون والراديو .

٦ - حدث تحسن ملحوظ في مركز أجهزة التسجيل في القرية المصرية حيث وصلت معدلات حيازه هذه الأجهزة (٥٥ ٪) من اجمالي البحوثين بالقرية وان هناك (٣٥ ٪) من اجمالي البحوثين يتعرضون لهذه الأجهزة بصفة دائمة ومنظمة و (٦٠ ٪) احيانا في حين لم تتجاوز نسبة من اقر بعدم تعرضه لأجهزة التسجيل (٥٠ ٪) فقط من اجمالي البحوثين بقرية البحث . وتأتي شرائط الاغاني في المرتبة الاولى من حيث تفضلات البحوثين ، ويلى ذلك الكسرات الدينية وبالذات شرائط القرآن الكريم ، وفي المرتبة الثالثة ، تأتي شرائط المواويل الشعبية التي تحكى قصص واثورات شعبية ، واطهر البحث ان تحسن مركز اجهزة التسجيل ، وتزايد الاقبال عليها بين القرويين لم يسحب أية أعداد من جمهور الراديو ، وان تأثيره انحصر فقط في تقليل معدلات الاستخدام الترفيهي للراديو وتعديل حجم وتوقيت التعرض للبرامج الاذاعية .

٧ - تزايد تواجد أجهزة الفيديو بالقرية ، حيث بلغ عدد حائزو هذه الأجهزة (٣٠) فردا يفتى معظمهم الى فئات الموظفين والمهنيين والحرعيين الذين عملوا بالخارج ، بيد أن اثر هذه الأجهزة يمتد ليشمل قطاع أوسع حيث عادة ما تأخذ مشاهدة الفيديو طابعا جماعيا ، حيث يدعى الاقارب والاصدقاء والجيران ، واطهرت المشاهدات الواقعية أن بعض حائزي هذه الأجهزة بالقرية لديهم جهاز ارسال (هوائى) يستخدم في نقل الفيلم المعروض بالفيديو لكي تستقبله اجهزة التلفزيون في البيوت الأخرى المجاورة ونتيجة لذلك اقر (٥٠ ٪) من اجمالي البحوثين بأنهم يشاهدون الفيديو بصفة دائمة ، وأن (٣٥ ٪) احيانا ، وحسب وقت الفراغ في حين ذكر (٦٠ ٪) أنهم لا يشاهدون الفيديو وقدموا في ذلك مبررات تتعلق بضيق الوقت وعدم الفراغ في المقام الأول بها يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا توفر الوقت رغم ميل الكثير منهم الى تحريم مشاهدة الفيديو أو وصف رواده بالابتزال والتفاهة مما يكشف عن ازدواجية واضحة في هذا المجال واطهر البحوثون تفضيلا واضحا لمشاهدة الافلام الهندية وبلغت نسبة هذا التفضيل (٦٨٫٧٥ ٪) من اجمالي عدد الافراد الذين اقرروا بمشاهدة الفيديو ، في حين لم تتجاوز نسبة تفضيل الافلام المصرية أو الافلام الاجنبية الأخرى عن (٢٥ ٪) و (٦٫٢٥ ٪) على الترتيب ، هذا ولم يظهر

البحث اية تأثير لتزايد تواجد أجهزة الفيديو على حجم وسلوك تعرض القرويين
لأجهزة التليفزيون .

٨ - راجت في الآونة الأخيرة بالقرية أجهزة مكبرات الصوت ، وتعددت
مجالات استخدام هذه الأجهزة في الاتصال بالقرية ، حيث لا يقتصر استخدامها
على رفع الأذان في مواقيتها ونقل شعثائر الصلاة وبالذات خطبة
الجمعة في المساجد ، ولكن أيضا في اذاعة الأخبار والاحداث الهامة
التي تقع في البلد مثل الاعلان عن وفاة أحد الأشخاص ، أو موعد تشييع
الجنائزة أو غياب أحد الأطفال ، أو فقدان بعض الأشياء ، كما تستخدم
قنوات الاتصال للشخصي الرسمي بالقرية مكبرات الصوت في اذاعة
المتعلقات والنصائح والإرشادات التي تريد توصيلها الى أهالي القرية ،
فضلا عن الاستخدام التجاري لها ، وينصت أهالي القرية الى المذياع عبر هذه
الأداة باهتمام بالغ نتيجة لارتباطه مباشرة بأبواب حياتهم اليومية ، مما يشير
الى الدور الهام الذي أصبحت تلعبه مكبرات الصوت كأحد أهمدة مكونات
نساء الاتصال في القرية التي يمكن استخدامها بكفاءة في أحداث التغيير
بالقرية .

٩ - تزايد انتشار أجهزة التليفون بالقرية ، بيد أن البيساعات
الواقعية تشير الى انعدام فاعلية تواجد هذه الأجهزة في تداول المعلومات بين
الامرأاد داخل القرية ، وقد مال الباحثون في استجاباتهم حول دواهي
حياتهم لجهاز التليفون الى ترديد استجابات مثل : « أهو فخرة ومنظرة »
« ذيذى غري » ، « قلنا أهم خمسين جنيه وثبقى من اولاد الخوات » الى
غيرها من الاستجابات التي تكشف عن استمرارية تنفى حلجة هؤلاء الامرأاد
الى هذه الوسيلة الاتصالية ، واقتصر رؤيتهم لها على اعتبار أنها
وسيلة لاضفاء المكانة والتفاخر على حائزيها بالقرية .

١٠ - أثر دخول وانتشار أجهزة الاتصال الحديثة في مجتمع القرية
على أنماط الاتصال التقليدية بها ، وتلاحظ أن هذا التأثير يميل ناحية
المفرد ولك الترابط والقائدات الجماعية ، واضعاف اتصال المشتركة
بصفة عامة والتي كانت تميز هذه الأنماط ، وفي هذا الإطار اختلفت لقائدات
«المضطبة» وتقلص دور دوار العمدة ، كأحد أهم مواقع الاتصال التقليدية
بالقرية ، وكذا دور المقي كموثق لمعدد اللقاءات وأجراء الاتصالات وتبادل
الراء والمعلومات ، وعلى نفس المنوال ، تقلص دور الجمعية التصاونية
الزراعية وكذا الوحدة المسحية باعتبارهما مواقع لمؤسسات خدمية بالقرية
كان يرتادها القروي للحصول على المعلومات في المجالات المختلفة ، بمد
أن أصبح ما لدى هذه الأماكن كجبهات اتصال رسمية من معلومات يصل
عبر مختلف وسائل الاتصال الجماهيري ، أو مكبرات الصوت بما خفصر
من أعداد رواد هذه الأماكن واقتصر التردد عليها حالبا على قضاء المصلحة

البشرة فقط كما اختفت وظيفة « مناد القرية » بعد انتشار أجهزة مكبرات الصوت وتبين أن التغيير الجديد ، لم يكن في مجال فاعلية العملية الاتصالية حيث أن وظيفة هذا الشخص لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهوري يسمعه أهالي القرية كما تؤديه حالياً مكبرات الصوت ولكن في إجراء حوار مع الأهالي والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم وهو ما لا يحدث حالياً مع الشكل الاتصالي الجديد ، مما يؤكد ما سبق أن أشرنا إليه من اتجاه تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة في القرية ناهيةً عن تنبؤ اتصال المشاركة التقليدي بالقرية ..

كما أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات اشرطة التسجيل على ألوان مختلفة من الفلكلور الشعبي مثل المواويل الشعبية وحلقات الذكر والإنشاد الديني « الحضرة » التي كانت تقام بصورة منتظمة في البيوت بالتبادل بين الأبرار حتى أواخر الستينيات وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات ، وأصبح من السهل حالياً الاستغناء عن طرق الغناء والرقص والمطرب الشعبي لاحتياطي الأبرار والموالد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسبات واتجاه التأثير هنا يسير ناحية القضاء على مجالات الإبداع الشعبي التلقائي في هذه الألوان من الاتصال .

١٠٥ ب. أحدث دخول وانتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجتمع القرية مجموعة من التأثيرات الثقافية الواضحة في هذا المجتمع يمكن رصدتها على ثلاثة مستويات أساسية وهي :

١٠٠ مجتمع القرية :

أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الشكل المعماري للقرية ، وكان أبرز مجالات التأثير وصوحا في هذا الجانب ، اختفاء « المصطبة » من بيوت القرويين ، ودفع الأفراد إلى التفكير في نمط بناء البيت ليأخذ الطراز الحديث حيث يستخدم التلويح الأخير والأعمدة والأسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدي المعروف حيث تغام البيوت بالطوب اللبن وترصع الأسقف بسعف النخل ، وعدم الاهتمام ببناء « المائدة » في المساجد القديمة ، والتي كانت تشكل أحد ملامح الطراز المعماري الاستلالي في بناء المساجد ، وذلك نتيجة لتقلص وظيفتها بعد دخول مكبرات الصوت ، ولم يظهر البحث أية تأثيرات واضحة لتواجد تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية على معدلات الانجاب وإن اقضى ما يمكن إقراره في هذا الجانب هو أن بعض القرويين ، عطلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم اليومي ليتفق مع مواعيد بعض البرامج وبالذات مسلسلات التلفزيون أو المباريات الرياضية دون تأثير واضح على حجم ومعدلات الإنتاجية ونشاط العمل اليومي المعتاد ، كما لم يظهر القمح ذات علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال وأحوال سوق العمل

التي تشهد اختلالا واضحا في القرية ، واقتصر دور هذه التكنولوجيا على تدعيم الاتجاه للعمل في أكثر من مهنة و قبول العمل في أي « حاجة تكسب » وخلص البحث بصفة عامة في هذا الجانب الى أن ظروفنا موضوعية أخرى هي الأكثر تأثيرا في الجوانب المتعلقة بقضايا الإنتاج ، وسوق العمل ، والحراك المهني بالقرية ، وأن تأثيرات أدوات الاتصال في هذه الجوانب تعد طفيفا للغاية وغير منطلوقة وتقتصر على الجانب التدميمي لما يروج به الواقع من متغيرات مختلفة .

وكان المجال الأكثر تأثيرا بفعل دخول أدوات الاتصال الحديثة الى مجتمع القرية ، هو المتعلق ببناء القوة والنفوذ داخل القرية ، حيث ساهمت هذه الأدوات بصورة ملحوظة في تدهور مكانة ونفوذ شخصيات هامة ظلت تلعب دورا تاريخيا في تقرير مجريات الأمور داخل القرية . منها : العمدة ، وشيخ البلد ، وكبير الحائزين وملاك الأرض وموظفي الجمعية الزراعية وتناظر المدرسة ، وامام المسجد وكبار السن والعائلات باعتمادهم من كبار قيادات الرأي والمكانة داخل القرية ، وذلك من خلال فك احتكار هذه الشخصيات للمعلومات حيث كان بشكل احتكارهم لها أحد عناصر نفوذهم ومكانتهم بالقرية ، وبفضل أجهزة الاتصال أصبحت المعلومات متاحة لقطاع واسع من الأفراد ، ومع المعلومات تزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأبواب عديدة وأصبحوا أكثر قدرة على المناقشة وإبداء الآراء من ذي قبل بفعل تفاعلاتهم وتعرضهم المستمر لمضامين أجهزة الاتصال .

ب) مستوى الأسرة :

تحدثت أهم وأبرز تأثيرات الاتصال في هذا المستوى فيما يلي :

١ - أثرت أجهزة الاتصال الحديثة بفاعلية في تدعيم التحول في بناء الأسرة الريفية من الأسرة الممتدة الى الأسرة النووية . كما ساهمت في تخفيض حجم المنازعات والخلافات التي كانت تقع سواء بين أعضاء العائلة الواحدة أو بينهم وبين الجيران أو غيرهم من سكان القرية .

٢) ساعدت أجهزة الاتصال وبالذات الراديو والتلفزيون في تدعيم مكانة المرأة الريفية وتعزيز دورها داخل الأسرة ، والنهوض بمسؤوليتها وبالذات في السنوات الأخيرة ، التي شهدت تدهور ملحوظ في سلطة رجل البيت الغائب باستمرار عن البيت بسبب الانهماك في العمل وفي أكثر من مهنة أو بالهجرة للعمل بالخارج . وقد أظهر الحوار مع المحوثلات من أعضاء العينة أن الجانب الأكبر منهن (٥٦ ٪) رغم أنهن غير متعلقات إلا أن لديهن معرفة واسعة بتنظيم الأسرة وشعاراتها وأسماء الكثير من المجلات والمذيعات ، وأظهرن قدرة واضحة على الحوار وإبداء الرأي ، مما يشير الى الارتفاع الملحوظ في مستويات الوعي لديهن ، ودور أجهزة الاتصال في هذا المجال .

٣) تؤثر أجهزة الاتصال بفاعلية في مجال تنشئة الطفل القروي وبالذات مع

تراجع دور الأسرة ، والمؤسسة التعليمية في عملية التنشئة لما يحيط بهما من مشكلات . وأظهر البحث في هذا المجال ، أن الأطفال صفار السن والصبية يتكسبوا الكثير من المعاديات السلوكية والانفاظ اللغوية تبيل في جنتها الأكبر الى النمط الحضري وتأخذ طابعاً أكثر تحمراً في العلاقات الاجتماعية وبالذات العلاقة بين الولد والبنات على النحو الذي تزوج له أجهزة الاعلام ويعتمد كثيراً عن العادات والتقاليد الريفية .

{ — لعبت أجهزة الاتصال دوراً كبيراً في مجال تحول الانماط الاستهلاكية والمعاديات الغذائية للأسرة الريفية وعرف الفلاح المصري من خلال الأجهزة وبالذات اعلاناتها التجارية الكثير من المشروبات والاطعمة والمقنيات لم يكن يألفها أو معتاد عليها من قبل . .

ج (المستوى القروي) :

أظهر البحث في هذا المستوى أن هناك تحسن واضح وبلحوظ في مستويات وعى القرويين وعلميتهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقوية ، وارتفاع قدرة العديد من الفئات في القرية على الاتصال وأجراء الحوار وإبداء الرأي في المسائل المعروضة . وخلص البحث في هذا الجانب الى أن أجهزة الاتصال ساهمت مع منغرات أخرى هامة كالتمليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجي . الخ في هذا الانفتاح في شخصية القرويين .

١٢ — يتكون بنسبء الاتصال الحالي في القرية المصرية من ثلاثة مكونات أساسية : **قنوات الاتصال الجماهيري (المركزية والمحلية)** ومركزها بالغ الضعف واللسوء ، سواء من حيث الصورة الذهنية ، أو درجة اعتماد القرويين عليها في تصريف شئون حياتهم اليومية أو تلبية احتياجاتهم الاعلامية باستثناء الاحتياج الترفيهي . **وقنوات الاتصال الشخصي الرئيسي** ، وقد تقلص دورها وفاعليتها بفعل تنغرات عديدة شهنتها القرية المصرية في الحقب الأخيرة (كالتمليم والانفتاح والهجرة وأدوات الاتصال) فضلاً عن أن الصورة الذهنية والمكانة التي كان يحتلها بها القائمون بالاتصال في هذه القنوات لم تعد ايجابية ورأسخة ، كما كان الحال من قبل ، **وقنوات الاتصال الشخصي الطبيعي أو العادي بين الأفراد** ، وهذه أصبحت أكثر نشاطاً وحيوية بالقرية بتحسّن قدرات العديد من الأفراد على الاتصال بفعل تنغرات الموضوعية التي شهنتها القرية المصرية . وتتسم العلاقة بين المكونات الثلاثة بالضعف وعدم التجانس وتسير ناحية التباعد والانفصال . مما يجعل النظام الاتصالي بالقرية مقهمل وعاجز وعرضة للاختراق سواء من خلال البث الأجنبي المباشر ، أو ترويج الشائعات والافاويل والدعاية المغرضة والمثيرة للحقد والفن من خلال قنوات الاتصال الشخصي الطبيعي التي أصبح لها السيادة في بناء الاتصال الزاهن بالقرية :

١٣ — على ضوء المعطيات السابقة وما توصل اليه هذا البحث من حقائق يمكن تصور مستقبل النظام الاتصالي في القرية المصرية ، وفقا للسيناريوهات التالية :

(ا) في حالة استمرارية الأوضاع الراهنة ، فان المهوة بين مكونات بنية الاتصال الحالية تتجه نحو المزيد من التباعد والاتصال ، مما يدفع القرويين في اتجاه اقامة نظامهم الاتصالي الخاص والمستقل عن نظام الاتصال الرسمى بقنواته الجاهريية والشخصية وذلك بمساعدة تكنولوجيا الاتصال الصغيرة .

(ب) في حالة ادخال بعض التحسينات على اداء قنوات الاتصال الجاهري باذخال تحسين على برامجها وزيادة حيز اهتمامها بالقطاع الريفي ، مع استمرارية الظروف الموضوعية الراهنة بجوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية دون التدخل ببرنامج تنموى طموح يستهدف تغييرها الى الأفضل ولصالح اعادة بناء القرية المصرية ، فان النظام الاتصالي سيظل عاجزا وتناصرا عن تلبية الاحتياجات الاعلامية للقرويين كما هو الوضع القائم حاليا .

(ج) في حالة تنفيذ برنامج تنموى متكامل وغير متحيز يتصدى في الأساس للقضايا والمشكلات الحقيقية التى تعاني منها القرية المصرية ، ويأخذ في الاعتبار مصالح واهتمامات الغالبية المنتجة بالقرية ، و اقامة نسق للاتصال الجاهري المحلي (صحافة ، اذاعة ، تليفزيون) يعمل بالتعاون والتنسيق مع قنوات الاتصال الشخصى في اطار خطة التنمية المشار اليها ، فان بقاء الاتصال ميعاود تماسكه وتزداد فاعليته في احداث التغير بالقرية المصرية بالصورة المنشودة .

قاعة المراجع

أولاً : المراجع العربية :

- ١ - إبراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجمهور ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨١
- ٢ - إبراهيم المسمان ، تعامل غير متوازن ، مجلة العربي ، مايو ، ١٩٨١
- ٣ - أحمد أبو زيد ، الاتصال ، عالم الفكر ، العدد الثاني ، سبتمبر ، ١٩٨٠
- ٤ - أحمد بدر ، الاتصال بالجمهور بين الاعلام والدعاية والتنمية ، الكويت ، وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢
- ٥ - أريك بارنو ، الاتصال بالجمهور ، ترجمة صلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠
- ٦ - انشراح الشمال ، مدخل في علم الاجتماع الاعلامي ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥
- ٧ - انطوان زهران ، الشروط الواجب توافرها لمشاركة عربية في التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربي ، عمان ، ١٩٨٦
- ٨ - المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، حول الملائخ المعاصرة لاستراتيجية الثقافة ، الدورة الثالثة ، يونيو ، ١٩٨٢
- ٩ - المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومي للثقافة والآداب والاعلام ، الدورة السادسة ، يونيو ، ١٩٨٥
- ١٠ - ساميه محمد جابر ، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، الاسكندرية دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤
- ١١ - سعد إبيي ، الأمن الثقافي في مجال العمل الاعلامي ، مجلة دراسات اعلامية ، أكتوبر / نوفمبر ، ١٩٨٧
- ١٢ - سمير حسين ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادئ ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٦
- ١٣ - سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام ، عالم الكتب ، ١٩٨٤

- ١٤ — سيد هويس ، علم الاجتماع في المجتمعات النامية بين التبعية والاستقلال
في : اشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربي ، مؤلف جوامع ،
المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤
- ١٥ — جلال أمين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية في الدراسات الاجتماعية في
العالم الثالث ، ندوة اشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربي ،
المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤
- ١٦ — جلال مديولي ، الاجتماع الثقافي ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر
١٩٨٦
- ١٧ — جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار
الفكر العربي ، ١٩٧٨
- ١٨ — حامد عمار ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكر العربي ، مارس
١٩٨٦
- ١٩ — حامد ربيع ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز ابحاث منظمة التحرير
الفلسطينية ، بيروت ، ١٩٧٠
- ٢٠ — حسن الكاشف ، تعريف الثقافة ، دراسة ميدانية ، الحلقة الدراسية
الثالثة لبحوث الاعلام في مصر ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية
والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣
- ٢١ — حسين همدى الطوبجي ، التكنولوجيا والتربية ، الكويت ، دار الفلم ،
١٩٧٨
- ٢٢ — حسين فوزي القجار ، الاعلام المعاصر ، سلسلة اقرا يناير ، ١٩٨٤
- ٢٣ — همدى قنديل ، الأبعاد الدولية لاستخدامات اتيار المصنعية ، منتدى
الفكر العربي ، عمان ، ١٩٨٦
- ٢٤ — خالد رشيد ، الاعلام العربي واقعه وابعاده ومستقبله ، بغداد ، دار
الحرية ، ١٩٨١
- ٢٥ — خليل صابات ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة
الانجلو المصرية ، ١٩٧٦
- ٢٦ — ديفيد ويفر وكريستين أدغان ، نظرة عامة على الاعلام والتنمية ، ترجمة
منى الطاهر ، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة ، ١٩٨٥
- ٢٧ — زيدان عبد الباقي ، وسائل وأساليب الاتصال ، القاهرة ، دار غريب
للاطباعة ، ١٩٧٩

- ٢٨ — **شاهيناز طلعت** ، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، القاهرة ،
مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠
- ٢٩ — **شون ماكجرايد وآخرون** ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال
الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١
- ٣٠ — **صلاح عبد المتعال** ، التنمية الثقافية بين اتصال المشاركة والاعلام
الجهاميرى ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، المركز القومى
للبحوث الاجتماعية واجنائية ، مايو ١٩٨٣
- ٣١ — **صلاح قنصوه** ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية الثالثة
لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية
مايو ، ١٩٨٣
- ٣٢ — **طلعت منصور** ، سيكولوجية الاتصال ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر
العدد الثمانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠
- ٣٣ — **طه محمود طه** ، وسائل الاتصال الحديثة ، عالم الفن ، المجلد الحادى
عشر ، العدد الثمانى ، سبتمبر ، ١٩٨١
- ٣٤ — **عادل حسين** ، الاقتصاد المصرى بين الاستقلال والتنمية ، الجزء الاول
والثانى ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢
- ٣٥ — **عبد الغفار رشاد** ، دراسات فى الاتصال ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق
١٩٨٤
- ٣٦ — **عبد القادر حاتم** ، الاعلام والدعاية ، القاهرة ، الانجلو المصرية ، ١٩٧٢
- ٣٧ — **عبد الفتاح عبد القبى** ، دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية (رسالة
دكتوراه) كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧
- ٣٨ — **عبد الفتاح عبد القبى** ، الاعلام وهجرة المصريين ، القاهرة ، مكتبة
النهضة المصرية ، ١٩٨٩
- ٣٩ — **عبد الفتاح عبد القبى** ، سوسيولوجيا الخبر الصحفى ، القاهرة ،
العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩
- ٤٠ — **عبد الفتاح عبد القبى** ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة
اعدت فى اطار بحث الاعلام ، ومستقبل القرية المصرية ، الذى يجريه
المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، (تحت الطبع)
- ٤١ — **عبد الهادى سويفى** ، دور الدولة فى تنظيم نقل التكنولوجيا فى ظل
الاقتصاد المخطط ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن للاقتصاديين المصريين
مايو ١٩٨٣ .

- ١٢ — **عبد الله الخريجي** ، الضبط الاجتماعي ، دار الشروق ، جده ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٧٩ .
- ١٣ — **عقيلي عواد** ، العالم العربي والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربي ، العدد ٥٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ .
- ١٤ — **عواطف عبد الرحمن** ، تضايي التبعية الاعلامية والثقافية في العالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .
- ١٥ — **علي فهمي** ، الاعلام والثقافة في مصر ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام في مصر ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مايو ١٩٨٣ .
- ١٦ — **فرج الكامل** ، تأثير وسائل الاتصال ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٨٥ .
- ١٧ — **فرنسيس بآل** ، وسائل الاعلام في الدول النامية ، ترجمة حسين العودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعلام ، ١٩٨٢ .
- ١٨ — **فؤاد زكريا** ، آراء نقدية في مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ .
- ١٩ — **فؤاد زكريا وشاكر مصطفى** ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت ١٩٨٨ .
- ٢٠ — **فلاح سعيد جبر** ، مشاكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ .
- ٢١ — **كمال المنوفي** ، وسائل الاعلام الصغيرة ، وحياة المصريين في القرى ، المجلة الاجتماعية القومية ، سبتمبر ١٩٨٢ .
- ٢٢ — **مجموعة الدراسات والبحوث التي قدمت في اجتماع خبراء بحوث الاعلام في الوطن العربي** ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ، ديسمبر ، ١٩٧٨ .
- ٢٣ — **مجلس الشورى** ، تقرير لجنة الخنجات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للاتسلسل المصري ، دورة الاعتقاد السادس ، ديسمبر ، ١٩٨٥ .
- ٢٤ — **محمد احمد خلف الله** ، الدين كركيزة للثقافة العربية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام في مصر ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مايو ١٩٨٣ .

- ٥٥ — محمد الجوهري ، الأنثروبولوجيا ، ط ١ ، دار المعارف ، ١٩٨٠ .
- ٥٦ — محمد عبد القادر أحمد ، دور الاعلام في التنمية ، العراق ، منشورات وزارة الثقافة ، ١٩٨٢ .
- ٥٧ — محمود عودة ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي ، القاهرة ، مكتبة سعيد رافت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ .
- ٥٨ — مختار الصحاح ، مكتبة مصطفى الباب الحلبي ، القاهرة ١٩٥٠ .
- ٥٩ — مهدي الفكر العربي ، الفكر الصناعي العربي ، بين مشكلات الأرض وامكبات الفضاء ، عمان ، ١٩٨٦ .
- ٦٠ — نادية سالم ، الهوية بين وسائل الاتصال والثقافة الشعبية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام في مصر ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣ .
- ٦١ — نادية سالم ، اثر اعلانات الصحافة والتلفزيون على تغير الذوق المصري بعد سياسة الانفتاح الاقتصادي ، المؤتمر الدولي التاسع للاحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكان ، المركز القومي للبحوث ، أبريل ، ١٩٨٤ .
- ٦٢ — نهيب عيسى ، مشكلة التكنولوجيا في العالم الثالث ، الفكر العربي ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ .
- ٦٣ — وليام ريفرز وآخرون ، وسائل الاعلام في المجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم أملم ، دار الفكر العربي ، ١٩٧١ .
- ٦٤ — يوسف مرزوقي ، مدخل الى علم الاتصال ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨ .

ثانيا : المراجع الأجنبية :

1. ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture, Macmillan Press, London, 1979.
2. Ball Pokeach, S. & Defleur ,M., Adependency Model of Mass Media effect's Communication Research, 3. 1976.
3. Berelson B., & Steiner, G., Mass Communication in Human Behaviour. Aninventory of Scientific findings, New York, Harcourt Brace & Worldinc., 1964.
4. Berlo, D., The Process of Communication : an introduction to theory and Practice. Holt, Rineart and Winston, N.Y. 1960.
5. Blumler, J. & Gurrevitch, M., The Political effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and the Media, Methuen, London, 1986.
6. Broddock, R., Extension of the Lasswell Formula, Journal of Communication. 1958.
7. Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David Mckay, 1975.
8. Deutsh, K., on Communication Models in the Social Sciences, Public opinion Quarterly. 1966.
9. Dewey, J.. Democracy and Education. an introduction to the Philosophy of Education, the Macmillan Company, N.Y., 1954.
10. Donohue, G., Tichenoer, P. & Olien, C.. Mass Media and Knowledge gap, Communication Research. 1975.
11. Elliott, P., Media organization and Occupation an Over View, in James Curran and other (eds) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold, 1982.
12. Festinger, L., Theory of Cognitive Dissonance. stanford, Calif. Stanford University Press, 1957.
13. Fiske, J., Introduction to Communication Studies, London, Nethuen, 1982.
14. Gerbner, G.. Toward a General Model of Communication, Audio-Visual Communication Review, 1956.
13. Harik. J., Political Mobilization of Peasant Astady of an Egyptian Community, Indiana University Press, London, 1974.

16. Katz & Lazarsfeld, Personal Influence, Glencoe Free Press. 1955.
17. Klapper, J., The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.
18. Maxweber, the Theory of Social and Economic organization, New York. Oxford University Press, 1947.
19. Nccleod and other, Another Look at the agenda setting function of the Press, Communication Research, 1974.
20. Mccombs. M., & Shaw, D., the agenda setting function of Mass Media, public opinion Quarterly, 1972.
21. Mccombs, M., & Show, D.. Structuring the unseen environment of Communication, Spring, 1976.
22. McQuail & Windahl, Communication Models, Longman, London, 1981.
23. McQuail, D., Towards Asociology of Mass Communication, London, Collier Macmillan, 1980.
24. McQuail, D., Communication, London, N.Y., 1980.
25. Pye, Lucien, Communication and Political Development Princeton, Princeton University Press, 1963.
26. Rogers, E., Communication and Development : The Passing of the Dominant Paradigm, e., Communication Research, 1970.
27. Sereno, K., & Nortensen, & Foundations of Communication Theory, N.Y., Harper & Raw, Pub., 1970.
28. Shannon C., & Weaver, W., the Mathematical Theory of Ccm-
munication, Urbana University of Illinois Press, 1964.
29. Sorokin, Pitirin Society, Culture and Peronality, Harper & Brothers, N.Y., 1947.
- 30 Schramm W., Men Messages and Media. N.Y., Harpers & Raw Publishers, 1973.

المحتويات

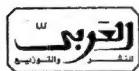
الموضوع	الصفحة
مقدمة	٥
الفصل الأول : الاتصال (المفهوم والعملية)	٩
أولا : مفهوم الاتصال	١١
ثانيا : أنماط الاتصال وعملياته	١٩
الفصل الثاني : دراسة عملية الاتصال	٢٩
مقدمة	٢٥
أولا : دراسة عملية الاتصال (رؤى أجنبية)	٣٢
ثانيا : دراسة عملية الاتصال (رؤية محلية)	٥٧
الفصل الثالث : تكنولوجيا الاتصال (الماهية والتوظيف)	٦٩
أولا : مفهوم تكنولوجيا الاتصال	٦٩
ثانيا : خصائص تكنولوجيا الاتصال	٨١
ثالثا : تكنولوجيا الاتصال (كمنتج ثقافي)	٨٣
رابعا : توظيف تكنولوجيا الاتصال في الدول النامية	٨٨
الفصل الرابع : تكنولوجيا الاتصال (التأثير والفاعلية)	٩٩
مقدمة	١٠٦
أولا : تطور بحوث التأثير الاعلامي	١٠٤
ثانيا : المداخل النظرية في بحوث التأثير	١١١
ثالثا : المحددات الفاعلة في تأثير أدوات الاتصال	١٢٥
الفصل الخامس : الاتصال والثقافة (أبعاد العلاقة)	١٢٩
أولا : مفهوم الثقافة	١٢٩
ثانيا : العلاقة بين الاتصال والثقافة	١٣٤
ثالثا : الاتصال والانتشور الثقافي (البث المباشر)	١٤٠

الموضوع	الصفحة
الفصل المبدئي : حول إجراءات العمل الميداني	١٥٧
أولا : أهداف الدراسة الميدانية	١٥٩
ثانيا : تساؤلات الدراسة الميدانية	١٥٩
ثالثا : الرؤية النظرية ومستويات التحليل	١٦٠
رابعا : المجال الجغرافي (منطقة البحث وخصائصها)	١٦٤
خامسا : أدوات العمل الميداني (وعينة البحث)	١٦٧
الفصل السابع : الاتصال والنقطة (المعطيات الميدانية)	١٧١
أولا : مكونات بنية الاتصال بالقرية	١٧٣
ثانيا : التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال	٢٠٤
الفصل الثامن : حصاد النتائج وتوقعات المستقبل	٢٢١
قائمة المراجع	
أولا : المراجع العربية	٢٢١
ثانيا : المراجع الأجنبية	٢٣٦

رقم الايداع ٧٩٤٧ / ١٩٩٠

ترقيم دولى ٩٠ - ١ - ٥٠٤٠ - ٩٧٧

المطبوعة التجارية الحديثة
٢٢ شارع ادريس راغب - القاهرة
تليفون ٩٠٢٣٦٤ القاهرة



٦٠ شارع النصر العيني

أمام روزا اليوسف - القاهرة

ت : ٢٥٤٧٥٦٦ - ٢٥٤٥٢٩